www.monitor.co.at

10 Okt. 04

monitor

Das Magazin für Informationstechnologie

Business CRM Intelligence

Entscheidungen sollte man nicht nur „aus dem Bauch heraus“ treffen. Geschäftsdatenanalyse mit Hilfe moderner Business Intelligence-Tools und ein funktionierendes Kunden-management helfen dabei, im Business erfolgreich zu sein.

- **Analyse: Technologie-Trends**
- **e-Billing** - Papierlos Rechnung legen
- Marktübersicht: Desktop- Farblaserdrucker

20 Jahre
HP LaserJet-Drucker
20 Jahre Innovation

Siehe Seite 59

Hier sollte Ihr Name stehen. Fragen Sie uns nach einem Abo. Tel. 01 | 74095-466

ISSN 1021-271X P.B.B ZUL.NR. 02Z031040M – VERLAGSORT WIEN, VERLAGSPOSTAMT 1110 WIEN

Werden Sie SoftENGINE-Fachhandelspartner!

SoftENGINE
Die Zukunft ist mit uns

bultmann-marketing.de

Was ist BüroWARE?

Die kaufmännische Softwarelösung BüroWARE deckt alle wesentlichen Geschäftsbereiche eines Unternehmens ab, verbindet diese miteinander und passt sich in Windows-basierende Netzwerkumgebungen ein. Bereits die Einstiegsversion BüroWARE basic umfasst:

- Warenwirtschaft mit Verkaufsförderung
- Finanzbuchhaltung
- Lohn- und Gehaltsabrechnung
- Designer basic für Individualanpassungen

Was ist das Besondere an BüroWARE?

BüroWARE zeichnet sich durch hohe Flexibilität aus. Mit Hilfe des mitgelieferten BüroWARE Designer basic lassen sich ohne Programmierkenntnisse viele Bereiche der Software individuell an die Anforderungen eines Unternehmens anpassen. Gestaltungsmöglichkeiten bieten die Eingabemasken zur Datenverwaltung, die Datenstruktur, Erfassungstabellen für Wareneinn- und Warenausgang und Statistiken auf Papier. Darüber hinaus wächst BüroWARE mit steigenden Anforderungen.

Neukunden und Neugeschäft dank BüroWARE!

Gewinnen Sie hochzufriedene Kunden mit einem einzigartig flexiblen Softwarepaket denn mit BüroWARE bieten Sie Ihren Kunden, was andere nur versprechen: ein System aus einer Hand, das Sie individuell an jedes Bedürfnis anpassen können. BüroWARE basic hat das, was Unternehmen zur Abwicklung der kaufmännische Organisation benötigen, und ist dabei hochflexibel wie alle kaufmännische Softwareprodukte von SoftENGINE. Die einzelnen Komponenten von BüroWARE basic sind eng miteinander verzahnt und sorgfältig aufeinander abgestimmt. Darüber hinaus ist BüroWARE basic aufstiegskompatibel zu den fachhandelsexklusiven Produkten BüroWARE medium und BüroWARE premium. Wächst also ein Unternehmen, wächst BüroWARE mit und damit Ihr Geschäft.

SoftENGINE - Setzen auch Sie auf einen starken Partner!

- Fachhandelsexklusive Produkte mit hohem Dienstleistungsanteil und hoher Verkaufsakzeptanz
- Dauerhafte Erträge durch Softwarewartung auch für den Fachhandel
- Jährlich über 100 Aus- und Fortbildungsveranstaltungen für Vertriebspartner
- Technische und vertriebliche Unterstützung
- Funktional hochleistungsfähige Standard- und Branchensoftware für Firmen aus Industrie, Handel und Dienstleistung - konzipiert für kleine, mittlere und große Unternehmen

Vorteile von SoftENGINE Fachhandelspartnern

- Listung als „BüroWARE basic Vertriebspartner“
- Spezielle Supportunterstützung
- Marketing- und Produktinformationen
- Teilnahmemöglichkeit an Seminaren, Workshops und Partnerinfoveranstaltungen

Zusätzlich erhalten Sie im Rahmen der Einführungsaktion:

BüroWARE basic	+	**BüroWARE basic**	+	**Autorisierungs-workshop**
Business-Pack mit 3 Arbeitsplätzen (SQL-Upgrade möglich)		Business-Pack mit 3 Arbeitsplätzen (SQL-Upgrade möglich)		1 Tag
Retail-Box zum Verkauf		**Lizenz zum eigenen Einsatz**		

nur 1.490,- EUR
zzgl. MwSt.

Jetzt risikolos kaufen und testen:

30 Tage zur Ansicht!

3 User Business-Pack
Erhältlich als Einzelplatz- oder Netzwerklösung

- Mehr Leistung durch modulare Komplettlösung
- Deckt alle Bereiche eines Unternehmens ab
- Zukunfts- und Investitionssicherheit
- System maximal anpass- und erweiterbar
- Geringer Schulungsaufwand
- Einfache Benutzeroberflächen
- Tausende zufriedene Endkunden

Ihre Anforderungen wachsen - BüroWARE wächst mit

Drei BüroWARE-Ausbaustufen:
basic • medium • premium

Jetzt kostenfrei informieren im Internet unter

www.softengine.at/fachhandel

SoftENGINE Ges.m b H. • Telefon (01) 2 94 02 00-0 • Fax -33 • info@softengine.at • www.softengine.at

Beziehungs-Analyse

Wer den Bedarf seiner Kunden kennt und gleichzeitig einen detaillierten Einblick in die Zusammenhänge des eigenen Geschäftsmodells hat, dem ist der Erfolg fast schon sicher. Das „Thema" widmet sich daher den Themen Business Intelligence und CRM. Apropos Kundenzufriedenheit: MONITOR ist offizieller Medienpartner der Studie "Anwender-Zufriedenheit ERP Österreich", die Anfang 2005 starten wird.

DI Rüdiger Maier, Chefredakteur

Alle sprechen heute von der Wichtigkeit guter Kundenbeziehungen. Aber: Was wollen Unternehmen mit Kundenbeziehungsmanagement (customer relationship management; CRM) eigentlich erreichen und wie misst man den Erfolg von CRM?

Mag. Thomas Elssenwenger, Geschäftsführer der Loyaltix Consulting: „Hinterfragt man die Zielsetzung einer CRM-Strategie, bekommt man Antworten wie „die Kundenzufriedenheit zu verbessern." Das ist aber sehr allgemein und muss mit klar überprüfbaren Zieldefinitionen konkretisiert werden. Strategische Zielsetzung von CRM ist die Erhöhung des Kundenwertes, des sogenannten Customer Lifetime Value, des Unternehmens. Der Customer Lifetime Value gewinnt immer stärker an Bedeutung, da dabei der Ertrag nicht statisch für ein Jahr, wie etwa der Gewinn, sondern dynamisch über die durchschnittliche Lebensdauer eines Kunden betrachtet wird. Lesen Sie ab S. 26, wie Sie Ihre Kunden wirklich zufrieden stellen und damit Ihre Geschäftsziele noch besser erreichen.

CRM mieten?

Gute Kundenbeziehungspflege kann sicher ein entscheidender Wettbewerbsvorteil sein. Aber muss man sich diesen Wettbewerbsvorteil „um jeden Preis" erkaufen? Diese Frage stellte sich Dominik Troger am Anfang seiner Recherchen über CRM-Mietlösungen. Unternehmen suchen angesichts kleinerer Budgets nämlich nicht mehr die „bestmögliche", sondern eine „vertretbare" Lösung. „Es werden inzwischen kleinere, taktische CRM-Projekte bevorzugt. Man versucht eine vertretbare Investition in kleineren Schritten umzusetzen", formuliert etwa Wolfram Funk, Senior Consultant bei der META Group. Auch IDC stößt ins selbe Horn und sieht einen Trend hin zu klaren ROI-Vorgaben und der Suche nach „Benefits". Zugleich verschiebt sich, laut AMR Research, der Hauptfokus von großen CRM-Suiten auf einzelne Teilbereiche wie Kundenanalyse, Preismanagement oder gemietetes CRM auf ASP-(Application Service Providing)-Basis. Und Gartner hat prognostiziert, dass im Jahre 2006 25% der KMU bei ihren CRM-Aktivitäten in irgendeiner Form mit ASPs zu tun haben werden. 2002 lag dieser Wert noch bei 8%. Mehr darüber lesen Sie ab S. 32.

Intelligente Geschäfte

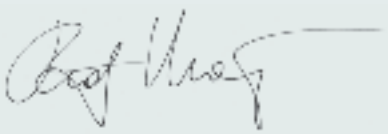
Trotz der anhaltenden Konsolidierung im Business-Intelligence-Markt (BI) gibt es im deutschsprachigen Raum immer mehr Anbieter für Reporting- und Analysewerkzeuge. Gleichzeitig liegt der Umfang der Marktbereinigung bei den multidimensionalen Datenbanken deutlich unter den Erwartungen einiger Analysten. Patrick Keller, Analyst BI bei BARC, analysiert in seinem Artikel (ab S. 18) den Markt für Reporting, Analyse und multidimensionale Datenbanken und nennt beispielhafte Anforderungen und typische Vertreter der jeweiligen Sparte. Das häufigste Einsatzgebiet von Anwenderwerkzeugen für BI findet sich demnach im Bereich Reporting und Analyse. Hierbei lassen sich innerhalb der Gruppe für Reporting-Werkzeuge abermals zwei Werkzeugklassen identifizieren, die langsam zusammenwachsen. Anwender eines statischen Berichtswesen, die regelmäßig wiederkehrende Listenberichte erhalten und keine neuen Abfragen erstellen, machen etwa 70 Prozent aus.

Anwender-Zufriedenheit ERP in Österreich: Machen Sie mit!

„Branchenspezialisten haben die Nase vorne" ergibt die soeben für Deutschland fertig gestellte ERP-Zufriedenheits-Studie der Trovarit AG (S. 10). Auszüge aus dieser ERP-Anwender-Studie werden auf dem ERP-Forum zur Systems 2004 präsentiert. Die deutsche Studie ist Teil einer internationalen Untersuchung, deren Startschuss im Jahr 2003 in der Schweiz gefallen ist und die im deutschsprachigen Raum künftig jährlich durchgeführt wird. Der Auftakt für die Untersuchung in Österreich ist für Anfang 2005 geplant. MONITOR ist dabei der offizielle Österreich-Medienpartner und wird Sie aktuell über die Ergebnisse informieren.

Wie gut sind ERP-Lösungen in der Praxis? Auf diese Frage hin haben fast 1.500 ERP-Anwender aus Deutschland mehr als 1.700 ERP-Installationen bewertet. Das Ergebnis mag manchen überraschen: Wenn es um die Zufriedenheit der Anwender geht, liegen ERP-Lösungen mit klarem Branchenfokus und/oder solche Lösungen vorne, die vorwiegend bei kleinen und mittleren Unternehmen im Einsatz sind. Eine tiefergehende Analyse zeigt deutlich, dass die Zufriedenheit insgesamt mit der zunehmenden Komplexität einer Software-Installation sinkt. Dabei werden die größeren Lösungen in aller Regel bei wesentlich komplexeren Aufgabenstellungen eingesetzt - und zwar sowohl im Hinblick auf die Größe der Projekte (Anzahl Arbeitsplätze) als auch bzgl. des abzudeckenden Leistungsspektrums in der Form einer breiten Palette installierter Software-Module.

Einen hohen Nutzen bei der Lektüre des MONITOR wünscht Ihnen Ihr



Inhalt | Oktober 2004

Wirtschaft

Innvationen forcieren, Verkauf stärken 7
Anwender-Zufriedenheit ERP 2004 10
SYSTEMS „verdichtet“ sich 11

Lösungen

Business Process Management:Tradition und Innovation 12
Fertigung: Viele Varianten - eine Lösung 14

Thema | Business Intelligence & CRM

Markttrends Business Intelligence 18
„Unternehmens-Cockpit“ 22
MIS beflügelt Vertriebsplanung bei Austrian Airlines 23
SAP-CRM-Lösungspaket für Österreichs Unternehmen 24
CRM für KMU 25
Ziele von CRM: Strategisches CRM zur Steigerung des Kundenwertes 26
TaskManagement als Erfolgsfaktor 29
CRM mieten? 32
Manager treffen Entscheidungen vorwiegend intuitiv 34

Strategien

Analyse: Das Web bestimmt weiterhin die Trends 38
eBilling - papierlos Rechnung legen 40
„EDV ist eigentlich eine typisch weibliche Branche“ 42
Outsourcing muss Sinn machen 43
Enterprise Content Management Suite 44
Sicherer Zugriff von jedem Ort 45

Netz & Telekom

KSI präsentiert 10Gbit/s Kupferkabel 46
Hitachi: Storage wird virtuell 48
Nokia: „Wir wollen das Arbeiten mobil machen!“ 50

Hard & Software

Innovative Visionen 52
A4-Drucker-Flaggschiff mit 8-Tintensystem 53
DVDRs: Qualität ist alles! 54

Marktübersicht

Arbeitsmaschine für KMU-Markt 57
„Multifunktionsgeräte sind Zukunftsmarkt“ 58
Farbdrucker von HP 59
Marktübersicht: Desktop- Farblaserdrucker 60

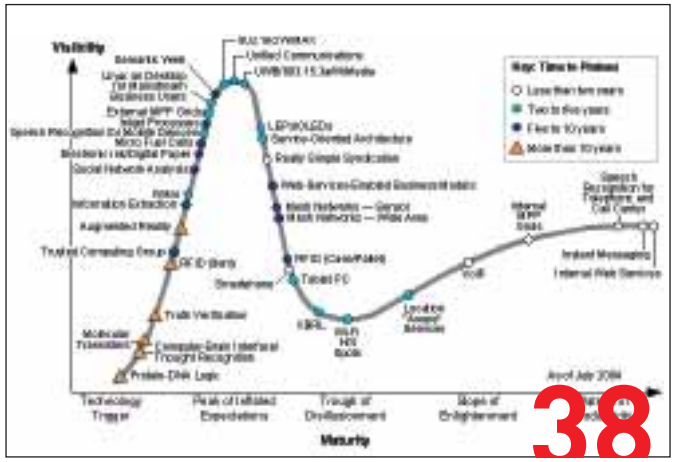
Moniskop

Gewinnspiel 61
Unterwegs / Bücher 62

Aus der Redaktion

Editorial 3
Inserentenverzeichnis 63
Impressum 63

Business Intelligence: Entscheidungen auf Grund von Daten treffen!



Welche Trends sind „in“? Der „Hype Cycle“ für das Jahr 2004.

GEWONNEN!

Der Xerox Phaser® 8400 ist der schnellste Solid Ink Farbdrucker, den Sie für € 999* bekommen. Warum sollten Sie Ihr Geld auf ein anderes Gerät setzen?

There's a new way to look at it.

Wer konkurrenzlose Ergebnisse und unvergleichliche Zuverlässigkeit zu einem unschlagbaren Preis erwartet, sichert sich mit dem Phaser 8400 einen hundertprozentigen Treffer.

Der Schnellste	24 Seiten pro Minute in Farbe und Schwarz/Weiß
Erster Ausdruck nach	6 Sekunden in Farbe
Brillante Qualität	2400 FinePoint™ Image Enhancement Technology
Leistungsstark	500 MHz Prozessor
Schnell einsatzbereit	Netzwerk-Installation in nur 4 Klicks
Einfache Bedienung	Sekundenschnelles Auswechseln der SolidInk Stix
Vielseitig	Glanzleistungen auf vielen verschiedenen Papiersorten
Außergewöhnlich zuverlässig	Bis 85.000 Seiten pro Monat

Wenn für Sie nur eine sichere Gewinnchance in Frage kommt, setzen Sie auf den Xerox Phaser 8400. Um eine Liste der nächstgelegenen Händler zu erhalten, rufen Sie uns an 01 79 567 978 oder besuchen Sie unsere Website unter www.xerox.com/gewinnen7

© 2004 XEROX CORPORATION. Alle Rechte vorbehalten. XEROX®, The Document Company®, Phaser, FinePoint und 'There's a new way to look at it.' sind Warenzeichen der XEROX CORPORATION.
Bezieht sich auf die Konfiguration Phaser 8400B. Schon ab € 999,- zzgl. MwSt
Preis- und Produktangaben gültig ab 1. September 2004.

THE DOCUMENT COMPANY
XEROX®

Factiva Content Intelligence Award 2004

Wettbewerb für Informationswissenschaften & Informatik.

Erstmals vergibt Factiva, ein Joint Venture von Dow Jones und Reuters, in diesem Jahr den Factiva Content Intelligence Award an Studenten und Doktoranden der Fachrichtungen Informationswissenschaften, Informatik, Wirtschafts- und Geisteswissenschaften von Universitäten und Fachhochschulen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die Auszeichnung ist mit insgesamt 10.000 Euro dotiert. Mit dem Preis werden Autoren von Diplom- und Doktorarbeiten ausgezeichnet, die in ihren Arbeiten Themen zu Informationsprozessen in Unternehmen aufgreifen und richtungsweisende sowie praxisrelevante Lösungsansätze entwickeln. Einsendeschluss ist der 1. Dezember 2004. Die Preisverleihung erfolgt im März 2005.

Weitere Informationen bekommen Interessenten unter Telefon: 0049-69-75 65 10 74 oder E-Mail: matthias.hoffmann@factiva.com

UC4 Software: Weiter wachsen

UC4 plant eine Verstärkung des US-Geschäftes, Partnerschaften und Akquisitionen.

UC4 Software, Spezialist im Bereich Data Center Automation, hat nach Abschluss einer Venture Capital-Runde seine künftigen Vorhaben bekanntgegeben. Geplant sind vor allem eine weitere Verstärkung der Aktivitäten in den USA, der Ausbau des indirekten Vertriebs und die Akquisition von kleineren Mitbewerbern.

Ziel ist die Erhöhung des Marktanteils in den Kernmärkten Europa und den USA sowie die Erschließung von Zukunftsmärkten in Osteuropa und im Nahen Osten. „Wir erwarten 2004 in den USA einen Umsatz von rund sechs Millionen Euro. Das entspricht einem Marktanteil von 2,2 Prozent", erklärt dazu UC4-Gründer und Geschäftsführer Franz Beranek. Bis 2007 soll der Marktanteil verdoppelt und die Anzahl der Mitarbeiter von derzeit 27 auf rund 50 erhöht werden. Auch der Ausbau des Partnergeschäfts soll maßgeblich zum Erfolg beitragen.

Mit CAPEXIT und TecNet wurden im Juli 2004 zwei institutionelle Investoren an Bord geholt, die das Unternehmen bei der Umsetzung seiner Ziele begleiten. „Neben einigen Mitbewerbern in unserer Größe gibt es rund 50 lokale Anbieter, die in ihren jeweiligen Heimatmärkten gut etabliert sind", schließt Beranek auch Akquisitionen nicht aus.

Information und Consulting: Zufriedenstellende Entwicklung

Laut Analyse der KMU Forschung Austria zeigen die Betriebe der Sparte Information und Consulting zufriedenstellende Ergebnisse.

Untersucht wurden 5.800 Jahresabschlüsse österreichischer Betriebe aus dem Bereich Information und Consulting. Das Ergebnis zeigt in Hinblick auf Finanzierungssituation und Ertragslage ein insgesamt relativ zufriedenstellendes Ergebnis.

Bei den wichtigen Finanzierungskennzahlen werden die aus betriebswirtschaftlicher Sicht zu empfehlenden Richtwerte annähernd erreicht. Die Eigenkapitalquote liegt bei 17%, die Anlagendeckung von nur knapp weniger als 100% ist Indikator einer fristenkongruenten Finanzierung und die Schuldentilgungsdauer von rund 8 Jahren bedeutet eine halbwegs solide Relation zwischen Fremdkapital und Ertragskraft. Die Top-Betriebe der Sparte liegen bei allen Indikatoren über den Sollwerten.

Die Spartendurchschnittswerte täuschen allerdings darüber hinweg, dass mehr als ein Drittel der Unternehmen (34,6%) überschuldet sind und mangelndes Eigenkapital vor allem für die Kleinstbetriebe ein Problem darstellt.

Karriere

Der österreichische E-Government-Pionier, Sektionschef Dr. **Arthur Winter,** feiert seinen 60. Geburtstag. Seit 1992 leitet er die Sektion VI - Informationstechnologie des Finanzministeriums. In dieser Position bewirkte er u.a. die Einführung der ADV-Leistungsverrechnung, den Aufbau eines flächendeckenden Corporate Networks und die Ausgliederung des Bundesrechenzentrums in ein eigenständiges Unternehmen.

Carlo Wolf, 40, wurde zum neuen Cisco General Manager für Österreich bestellt. Wolf war zuletzt als Direktor für den Vertrieb Großkunden und Channels bei der deutschen Niederlassung zuständig. Günther Brand, der bisherige Cisco Österreichchef, übernimmt die Funktion des Operations Direktor Unified Channels und Alliances bei Cisco Deutschland.

Peter Brabec, 38, ist neuer EMC Software Group Sales Manager Österreich. Die Position wurde im Zuge der verstärkten Softwareorientierung von EMC neu geschaffen. Vor seinem Wechsel zu EMC im August 2003 war Brabec als Business Technologist für Computer Associates tätig.

Henning Ohlsson, 48, wurde zum Country Manager der Epson Deutschland GmbH bestellt. Er verfügt über langjährige, internationale Erfahrung in Vertrieb und Marketing und war für namhafte Firmen in den Bereichen IT, Consumer Electronics und Telekommunikation tätig.

Oliver Siml, 34, ist neuer Vertriebsleiter für den Geschäftsbereich „IT-Lösungen" (Business Unit Information) beim IT-Dienstleister Materna GmbH. Insbesondere das Geschäft mit Kunden im öffentlichen Bereich will Oliver Siml weiter vorantreiben und die Marktposition in Österreich ausbauen.

„Innovationen forcieren, Verkauf stärken“

Die Hardwarehersteller leiden unter dem starken Margendruck und der Ähnlichkeit ihrer Produkte. Bernd Bischoff, neuer Präsident & CEO von Fujitsu Siemens Computers, setzt auf Salesorientierung und Unterscheidbarkeit.

Dominik Troger

Bischoff hat bereits in seiner Funktion als Executive Vice President (EVP) Sales, Marketing & Customer Services die Neuorganisation des Vertriebs und seine Ausrichtung auf drei Kundensegmente sowie die Implementierung eines partnerbasierten Vertriebsmodells vorangetrieben. Ein Kurs, den er auch als Nachfolger von Dr. Adrian v. Hammerstein als Präsident & CEO beibehalten wird.

„Man muss sich als Hersteller von anderen unterscheiden, aber das ist über die reine Hardware nicht mehr möglich“, erläutert Bischoff. „Unterschiede machen heute Innovationen und Menschen.“ Bereits im Frühjahr hat Fujitsu Siemens Computers mit seiner „Triole“-Initiative für eine optimierte IT den Startschuss für die Einbettung ihrer Hardware in ein strategisches Lösungsportfolio gegeben. Das spielt vor allem im Enterprise-Segment, das immerhin rund 40% des Gesamtumsatzes von Fujitsu Siemens Computers ausmacht, eine große Rolle.

So habe man mit dem FlexFrame für mySAP, einer Kombination aus Blade-Server-Technologie und einer mit SAP entwickelten Adaptive Computing Infrastructur, ein besonders innovatives Produkt am Markt platziert, das sich auch „regen Zuspruchs erfreue“, so Bischoff. Vor einem Jahr sei die erste Pilotinstallation gestartet, inzwischen habe man rund 50 Kunden gewinnen können und es gäbe eine Menge Anfragen. Weil man hier ein Alleinstellungsmerkmal besitze, sei es auch möglich, Mitbewerbshardware abzulösen.

„Ein anderes Beispiel ist CentricStor“, so Bischoff. Bei CentricStor handelt es sich um ein virtuelles Archivsystem zur Konsolidierung und zum Management von heterogenen Speicher- und Backupstrukturen. Auch hier wolle man den Unternehmen helfen, Kosteneinsparungen zu erzielen.

„Es ist sehr schwierig im Hardwareumfeld Geld zu verdienen.“ - **Bernd Bischoff**, neuer Präsident & CEO von Fujitsu Siemens Computers

Neue Organisation für Österreich

Bischoff setzt auf eine stark salesorientierte Unternehmensstruktur, fördert ein schlankes Backoffice und sucht länderübergreifende Synergien. Deshalb wurden in den letzten Monaten auch neue Länderregionen gebildet, um die Organisation besser zu optimieren.

Österreich wurde mit der Schweiz in eine Region zusammengefasst. Der Schweizer Landeschef, Roger Semprini, fungiert auch als Region-Manager. Hierzulande wird nach dem Rücktritt des bisherigen Vice President Austria & SEE South East Europe, Marcus Dekan, noch ein Country Manager gesucht. Auch Osteuropa wurde in eine einzige Region integriert, um die EU-Osterweiterung nachzuvollziehen.

Für Österreich plant Bischoff einerseits ein Aufgabensharing mit der Schweiz, andererseits eine Stärkung des Vertriebs. „Wir werden hier in Österreich einen Salesmanager für FlexFrame und einen für Retail einstellen“, so Bischoff. FlexFrame sei in Österreich noch keines verkauft worden und auf den Consumer-Bereich habe man in der Vergangenheit zu wenig Nachdruck gelegt. „Wir sind hier mit einigen Produkten durchaus wettbewerbsfähig, ohne dass wir uns den Markt um jeden Preis erkaufen müssen. Aber es wichtig, dass man das auch regelmäßig kommuniziert.“

Insgesamt positive Entwicklung

„Wir werden in allen drei Geschäftsbereichen wachsen“, freut sich Bischoff. Das wird - neben dem Enterprise und KMU-Bereich - auch das in der Vergangenheit eher kränkelnde Consumer-Segment betreffen. „Wir merken hier einen starken Wechsel von Desktop-PCs zu mobilen Lösungen“, erläutert Bischoff, „ein Trend, der im Business-Umfeld noch von Sicherheitsbedenken und hohen Kommunikationskosten gebremst wird.“ Insgesamt wird eine zweistellige Prozentzahl beim Umsatzwachstum für das erste Halbjahr des laufenden Geschäftsjahres angepeilt. (Der Markt wächst derzeit um ein bis zwei Prozent.)

Kein Messefan

Und was hält der neue CEO von IT-Messen? Eher wenig. Er zeigt starke Sympathie für Eigenveranstaltungen wie dem Fujitsu Siemens „Octoberfestival“, das im letzten Jahr rund 7000 Kunden und Interessierte nach Augsburg gelockt hat. Die CeBIT wird aber gebucht: „Wir werden auch in den nächsten Jahren an der CeBIT teilnehmen, aber nicht mehr mit 1000 Mitarbeitern wie früher, sondern eben mit 300.“

Die Antwort auf die Frage, ob Fujitsu Siemens die bereits angekündigte Teilnahme an der Wiener „IT*n*T“ im Februar 2005 noch einmal überdenken wird, überlässt Bischoff dem Führungsteam in Österreich: „Das muss der zukünftige Country Manager entscheiden.“

CONSTANTINUS 2005: Einreichfrist läuft

Bereits zum dritten Mal sind rund 37.500 Beratungs- und IT Unternehmen aus ganz Österreich aufgerufen, ihre Leistungen aus den Bereichen Unternehmensberatung und Informationstechnologie einzureichen.

Die Einreichfrist erstreckt sich vom 1. Oktober bis 15. Dezember 2004. Eine erweiterte Experten-Jury mit mehr als 40 Mitgliedern aus Wirtschaft, Politik, Presse, Universitäten sowie der Beratungs- und IT-Branche wird die Einreichungen bewerten. Die Gewinner werden im Rahmen einer Gala 2005 am 6. April in Wien mit einer Trophäe und Sachpreisen ausgezeichnet.

Großes Echo beim Europapreis

„Das große Echo beim Europapreis hat uns außerdem bewogen, auch in dieser Kategorie jeweils drei Preise zu vergeben", erläutert Gerhard Hrebicek, Präsident des CONSTANTINUS Club. „Wir haben heuer fünf Einreichkategorien - Management Consulting, Informations-Technologie, Kommunikation & Netzwerke, Personal & Training und Open Source, früher „Linzer Pinguin" - sowie zusätzlich den Europa- und den Jungunternehmerpreis. Ein besonderes Anliegen ist uns der Ausbau der internationalen Partnerschaften, wie z.B. mit ICMCI (The International Council Of Management Consulting Institutes, Kalifornien/USA). Neben dem Ausbau der virtuellen Wissens- und Kontaktplattform auf www.constantinus.net arbeiten wir am Aufbau einer Kontaktbörse unter Einbindung von Zentral- und Osteuropa."

Auch Friedrich Bock, Obmann des Fachverbandes Unternehmensberatung und Informationstechnologie (kurz UBIT) der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ), unterstreicht die Bedeutung dieses Preises für die Branche: „Berater sind die innovativen Motoren der Branche, was eine jüngst veröffentlichte Studie des Instituts für Unternehmensforschung an der WU Wien zeigt: Bei der Begründung für die Beauftragung von Beratern nannten 72 Prozent der Befragten die Innovationskraft als Motivation für die Inanspruchnahme von Beratungsdienstleistungen. Vor allem aber hilft der CONSTANTINUS auch, das innovative Dienstleistungspotential der Branche zu exportieren und über die Grenzen hinaus bekannt zu machen."

Einreichkategorien

Der CONSTANTINUS unterstützt heuer folgende Einreichkategorien:

- Informationstechnologie
- Management Consulting
- Kommunikation & Netzwerke
- Personal & Training
- Open Source
- Europapreise
- Jungunternehmerpreis

Der CONSTANTINUS als Branchen-Trendbarometer

Der CONSTANTINUS entwickelt sich vor allem auch immer mehr zum Branchen-Trendbarometer. So bezog sich 2004 ein wesentlich höherer Anteil an Projekten auf die Entwicklung und Nutzung von Potenzialen als auf Effizienzsteigerung und Kosteneinsparungen bei Unternehmen, was deutlich auf einen absehbaren Konjunkturanstieg hinweist. Außerdem ist auch eine Reaktion der Beratungs- und IT Szene auf die EU-Öffnung durch die steigende Anzahl von eingereichten internationalen Projekten und Projekten im EU-Raum erkennbar - ein eindeutiges Zeichen, dass die Berater- und IT-Branche die EU-Erweiterung positiv nützt. Ein hoher Jungunternehmeranteil demonstriert zusätzlich die positive Branchendynamik. Weiters gewinnt der Open Source-Bereich an Präsenz: Der Anteil der Open Source-Projekte liegt bereits bei 18 Prozent und die Experts Group „Open Source" im Fachverband UBIT zählt bereits rund 200 Mitglieder.

http://www.constantinus.net

„Unser Ziel für 2005 ist es, den CONSTANTINUS als Leitpreis der Branche zu positionieren und verstärkt Einreichungen aus den Bundesländern zu generieren." - **Gerhard Hrebicek,** Präsident des CONSTANTINUS Clubs

www.constantinus.net

WKO WIRTSCHAFTSKAMMER ÖSTERREICH Unternehmensberatung • IT
T-Mobile
SAP
nextiraOne Novell

CONSTANTINUS 2005
Der österreichische und europäische Beratungs- und IT Preis.
Jetzt einreichen unter:
www.constantinus.net
Eine Initiative des CONSTANTINUS Club Einreichfrist: 01.10.04 bis 15.12.04
D-SEVEN | maX

FORMAT monitor NEW BUSINESS output ECO COMPUTERWELT

3. Business Circle Jahrestagung: Informations-Sicherheit im Unternehmen

Gelebte Informations-Sicherheit wird immer wichtiger: Hacker-Angriffe auf Unternehmensdaten werden zunehmend „intelligenter" und können Unternehmen schlimmstenfalls sogar in den Konkurs treiben.

Wer geschäftskritische Informationen in zunehmend komplexen Unternehmensprozessen sichern will, muss ein unternehmensweites Sicherheitskonzept einführen. Dabei sind Firewalls alleine nicht ausreichend. Eine Security Policy muss gesetzliche Auflagen erfüllen und neben den Sicherheitserfordernissen des Unternehmens auch den Bedürfnissen von Geschäftspartnern und Kunden gerecht werden. Vor allem gilt es, bei den Mitarbeitern ein Bewusstsein für Informations-Sicherheit zu schaffen. Über rein technische Maßnahmen hinaus ist deshalb ein Gesamtkonzept erforderlich, das die realistische Bewertung verschiedener Risiken erlaubt.

Im Fokus der **3. Jahrestagung Information Security am 29. und 30. November 2004,** in Wien, stehen daher zahlreiche Praxisbeispiele zur Umsetzung einer umfassenden „Security-Policy" im Unternehmen. Erfahren Sie, welche Lösungsansätze Firmen wie Austro Control, Engel Austria, RHI, Siemens Austria, VA-Tech, Verbund, u.a. verfolgen, um die Informations-Sicherheit in ihren Unternehmen sicherzustellen:

- **Anforderungen an die Informations-Sicherheit:** Wo liegen die Erfolgsfaktoren beim Aufbau und der Umsetzung einer unternehmensweiten Sicherheitspolicy?
- **Mensch und Technik im Sicherheitskonzept:** Wie sicher ist die IT-Infrastruktur?
- **Haftung und Rechtsfolgen:** Welche rechtlichen Aspekte der Informations-Sicherheit müssen berücksichtigt werden?
- **IT-Prozesse steuern, messen und prüfen:** IT-Risiko, -Sicherheit und -Kontrolle aus der Sicht der Geschäftsleitung und Revision.
- **Hochverfügbarkeit, Kontinuität und effektives Management der Risiken:** Welche Auswirkung hat Basel II für Unternehmen? Welches sind Nutzenargumente für ein betriebliches Risk-Management-System?

Weitere Informationen und Anmeldung

Business Circle, Andreasgasse 6, 1070 Wien
Details: http://www.businesscircle.at
info@businesscircle.at
Rückfragen:
Business Circle, Dipl.-Vw. Fridolin Pöschl,
Tel. 01/ 522 58 20-20

BUSINESS CIRCLE Konferenzen und Seminare

3. Jahrestagung am 29./30. November 2004, Wien, Hotel Crowne Plaza

Informations-Sicherheit im Unternehmen

Ein praktischer Leitfaden, wie Sie IT-Sicherheit in Ihrer Organisation verankern

→ **Haftung und Rechtsfolgen für das Management**

→ **Gefahrenpotenzial Wirtschaftsspionage: Maßnahmen und Kosten des Risikomanagements**

→ **Rolle und Aufgabe des Sicherheitsbeauftragten**

Plus **6 Case-Studies**

Austro Control • Engel Austria GmbH • RHI AG • Siemens AG Austria • VA Tech • Verbund

1. Dezember 2004
Workshop

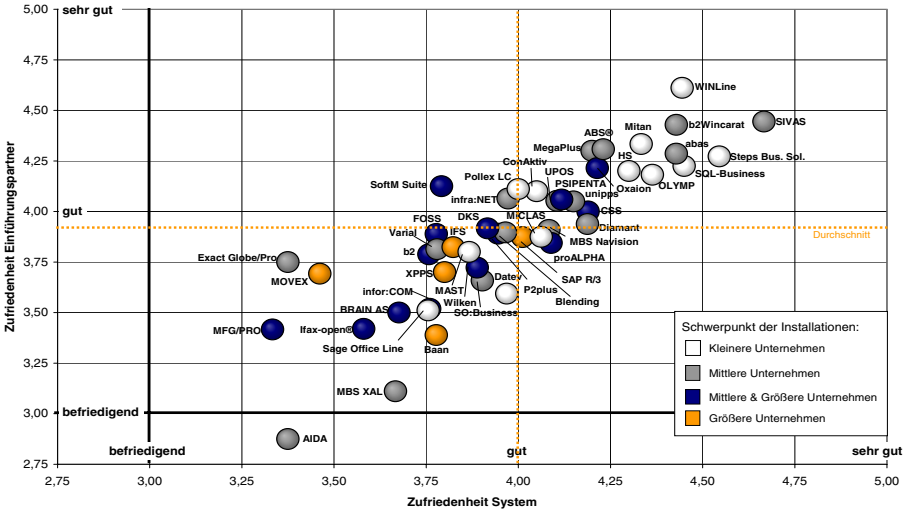
→ **Informations-Sicherheit und Risiko-Management**
Praxisanleitung zur Risiko-Minimierung in der IT

Lead-Partner MessageLabs, IT-SC **Partner** Phion, Lampertz, Monitor

Kontakt Business Circle, www.businesscircle.at
Dipl.-Vw. Fridolin Pöschl, poeschl@businesscircle.at, Tel: 0043/1/522 58 20-20

Anwender-Zufriedenheit ERP 2004

„Branchenspezialisten haben die Nase vorne" ergibt eine Studie der Trovarit AG - Auszüge aus dieser Studie werden auf dem ERP-Forum zur SYSTEMS 2004 präsentiert.



Wie gut sind ERP-Lösungen in der Praxis? Auf diese Frage hin haben fast 1.500 ERP-Anwender aus Deutschland mehr als 1.700 ERP-Installationen bewertet. Das Ergebnis mag manchen überraschen: Wenn es um die Zufriedenheit der Anwender geht, liegen ERP-Lösungen mit klarem Branchenfokus und/oder solche Lösungen vorne, die vorwiegend bei kleinen und mittleren Unternehmen im Einsatz sind.

Darunter finden sich Branchenlösungen wie z.B. „Sivas", „ABS?" bzw. „Unipps" (Maschinen-/Anlagenbau) oder „b2wincarat" (Kunststoffspritzguß). Von kleinen und mittleren Unternehmen mit guten Noten versehen werden u.a. „WINLine", „abas", „Steps Business Solutions", „SQL-Business" oder „Mitan". Von den Lösungen, die vor allem bei mittleren und größeren Unternehmen verbreitet sind, liegen u.a. „Oxaion", die Finanz-Software „CSS", „PSIPENTA" oder „proAlpha" relativ gut im Rennen. Den Club der „Großen" führt schließlich „SAP R/3" vor „IFS" an. Dieses Ergebnis provoziert die Frage, ob die kleinen Lösungen wirklich besser sind als SAP, SoftM oder P2plus? Eine tiefergehende Analyse zeigt deutlich, dass die Zufriedenheit insgesamt mit der zunehmenden Komplexität einer Software-Installation sinkt. Dabei werden die größeren Lösungen in aller Regel bei wesentlich komplexeren Aufgabenstellungen eingesetzt - und zwar sowohl im Hinblick auf die Größe der Projekte (Anzahl Arbeitsplätze) als auch bzgl. des abzudeckenden Leistungsspektrums in der Form einer breiten Palette installierter Software-Module. Dagegen geht das bessere Abschneiden der Branchen-Lösungen nicht so sehr auf die Projektgröße zurück. Vielmehr honorieren die Anwender offenbar die starke funktionale Ausrichtung der Software auf ihre jeweiligen Belange. Durch eine zielgruppenspezifische Vorkonfiguration reduziert sich meist der Anpassungsaufwand. Aufgrund ihrer Branchenerfahrung sprechen die einschlägigen Anbieter gleichzeitig auch die Sprache ihrer Kunden.

Insgesamt wurden im Rahmen der Studie rund 197 ERP-Lösungen identifiziert, von denen für 47 eine ausreichende Datenbasis für eine fundierte Analyse erzielten. Dabei zeigt die Studie, dass sich die allgemeine Zufriedenheit der Anwender mit ihrer ERP-Lösung und dem jeweiligen Einführungspartner bei Noten zwischen einem knappen „sehr gut" und „befriedigend" insgesamt auf einem recht hohen Niveau bewegt. Demnach ist die Branche der Standard-Software offensichtlich besser als ihr Ruf. Gleichzeitig zeigt sich, dass die Zufriedenheit mit der Software-Lösung sehr stark von der Zufriedenheit mit dem Dienstleister abhängt. Demnach wird ein ERP-System dann gut bewertet, wenn auch die Leistung des Implementierungspartners stimmt und umgekehrt.

Das gute Gesamturteil darf aber nicht darüber hinwegtäuschen, dass es durchaus Kritikpunkte gibt: Regelrecht unzufrieden sind viele Unternehmen mit der Unterstützung durch das Formular- und Berichtswesen der ERP-Systeme. Handlungsbedarf bescheinigen die Anwender auch in Puncto „Flexibilität bzw. Anpassbarkeit" (ca. 22,5% der Teilnehmer), „Offenheit der Systeme" bzw. der Möglichkeit zur Anbindung von anderen Systemen über Schnittstellen (ca. 17% der Teilnehmer). Schließlich bemängelt mehr als die Hälfte der Anwender den großen Aufwand, der z.B. durch die Datenaufbereitung bzw. -migration während der ERP-Einführung verursacht wird.

MONITOR ist offizieller Medienpartner für die „ERP-Zufriedenheitsstudie Österreich", die Anfang 2005 von Trovarit durchgeführt werden wird.

Infos zur Studie

Die Studie „Anwenderzufriedenheit ERP/Business Software Deutschland 2004" wurde von der Trovarit AG gemeinsam mit den Partnern i2s GmbH/Zürich, MQ Result AG/Konstanz, und der Computerwoche in der Zeit von März 2004 bis Juli 2004 durchgeführt.

Die deutsche Studie ist Teil einer internationalen Untersuchung, deren Startschuss im Jahr 2003 in der Schweiz gefallen ist und die im deutschsprachigen Raum künftig jährlich durchgeführt wird. Der Auftakt für die Untersuchung in Österreich ist für Anfang 2005 geplant. Initiator dieser Studienreihe ist Dr. Eric Scherer, Geschäftsführender Gesellschafter der i2s GmbH. Der umfassende Studienbericht (ca. 190 Seiten) kann im Internet unter **www.it-matchmaker.com/awz** für 300,00 EURO bestellt werden. In dem Bericht werden detaillierte Bewertungsprofile für mehr als 70 ERP-Lösungen ausgewiesen. Gleichzeitig werden typische Projektkenngrößen, etwa Investitionsbudgets, Bearbeitungszeiten und Personalaufwand analysiert.

Auszüge aus der Studie werden in einer Vortragsreihe auf dem ERP-Forum zur Systems 2004 (München, 18.-22.10.2004, Halle A1, Stand 303-11) dem interessierten Publikum vorgestellt (vgl. www.erp-area.de).

SYSTEMS „verdichtet“ sich

Auch die Münchner SYSTEMS spürt die Messemüdigkeit der ITK-Branche.

Die SYSTEMS kämpft mit dem schlechten Messe-Klima - das Erreichen der Ausstellerzahl vom Vorjahr (rund 1300) ist erklärtes Ziel

Wenn vom 18.-22. Oktober die Tore der SYSTEMS in München öffnen, dann wird der Ausstellungsbereich um eine Halle - auf sechs statt sieben - verkleinert sein - nicht zuletzt auch deshalb, weil Microsoft seine Teilnahme von 1200qm auf 65qm reduziert hat. Trotzdem hofft man bei der Messe München, dass man das Niveau von knapp 1300 Ausstellern (2002 waren es noch rund 1600 gewesen) erreichen wird.

Klaus Dittrich, Geschäftsführer Messe München, sieht darin aber auch eine Chance: „Schon zur SYSTEMS 2003 haben wir erwogen, die Ausstellungsfläche zu verdichten und durch kürzere Wege die Effektivität für Aussteller und Besucher zu erhöhen und zu konzentrieren.“ Gesperrt wird die Halle A3, in der vor allem Anbieter aus den neuen EU-Mitgliedsstaaten gebündelt platziert worden waren. Diese Aussteller werden jetzt thematisch in die anderen Hallen integriert. Am Business-to-Business-Charakter der Messe soll aber nicht gerüttelt werden: „Wir bauen ihn weiter aus!“ betont Dittrich.

http://www.systems.de

Österreichischer Gemeinschaftsstand

Auf der SYSTEMS in München hat auch heuer wieder die WKÖ/Außenwirtschaft einen Gemeinschaftsstand organisiert.

Die Österreichische Gruppenausstellung auf der SYSTEMS finden man in der Halle A2, Standnummer A2.309. Folgende Unternehmen sind bei dieser Gruppenausstellung vertreten:

Avenum Technologie GmbH, ...www.avenum.com
FieldWorX Mobile Solutions GmbH, ...www.fieldworx.com
Computer Steiner, ...www.computer-steiner.at
Lixto Software GmbH, ...www.lixto.com
Mediapartner 4 - Management & Marketing Systemberatungs Gmbh, ...www.mediapartner.at
Metamagix Gilly & Kepplinger OEG, ...www.metamagix.net
OPS EDV Vertriebsgesmbh, ...www.ops.at
Rit edv-consulting GmbH, ...www.rit.at
Summersoft Softwarelösungen GmbH, ...www.summersoft.cc
Truck-Lock Nachrichtenkommunikations GmbH, ...www.truckloc.at
XiCrypt Internetsicherheitslösungen GmbH, ...www.xicrypt.com

1 Anlage, 80% Fremdteile, 90% Export

Individuelle Wettbewerbsvorteile mit PSI*penta.com* für internationale Maschinen- und Anlagenbauer

SYSTEMS

Neue Version PSI*penta.com* 7

PSI

PSI Aktiengesellschaft Dircksenstraße 42-44 10178 Berlin (Mitte) Deutschland
Telefon: +49/30/28 01-0 Telefax: +49/30/2801-1000 info@psi.de
www.psi.de Software für Versorger und Industrie

InterWrite macht Schule

Interaktive Präsentation und Unterrichtsgestaltung mit InterWrite. Bewährte Technologie seit über 25 Jahren.

Computertechnologie ist seit langem ein wesentlicher und nicht mehr wegzudenkender Bestandteil von Konferenzen und Schulen. Viele Unternehmen und Schulen weltweit haben sich bereits für die InterWrite Produkte von GTCO CalComp entschieden. Interaktive Präsentationen sind lebendiger und prägen sich besser im Gedächtnis ein. Mit InterWrite kann jede Anwendung, wie z.B. PowerPoint®, Excel® oder Word®, interaktiv präsentiert werden. Die InterWrite Software bietet neben einfachen Funktionen auch zahlreiche erweiterte Werkzeuge, wie automatische Textkonvertierung, Recording und kostenlose Web-Updates.

GTCO CalComp wurde 1975 in USA gegründet und ist führender Hersteller von Grafik- und Digitalisiertabletts. Seit der Gründung wurden über eine Million Systeme erzeugt und weltweit vertrieben, die auf der von GTCO CalComp patentierten elektromagnetischen Technologie basieren. Auch das InterWrite SchoolBoard™, das elektronische Whiteboard, und das InterWrite SchoolPad™, das kabellose Schreibtablett mit dem von jeder Stelle im Raum der Computer gesteuert werden kann, sind mit dieser Technologie ausgestattet. Die Bedienung ist so einfach wie an Ihrem Computer und einer herkömmlichen Maus. Beim InterWrite SchoolBoard™ und InterWrite SchoolPad™ schreiben Sie mit einem elektronischen Stift. Wie bei der Maus gibt es einen linken und rechten Tastenklick und den Doppelklick. Kommt der Stift mit der Schreibfläche in Kontakt, wird dessen Position erkannt und an den PC übermittelt. Sender ist der Stift, wodurch Stromverbrauch und Abstrahlung niedrig gehalten werden. Im Gegensatz zu anderen Technologien ist es beim InterWrite SchoolBoard und SchoolPad möglich, Linien bzw. Kreise mit Lineal und Zirkel zu zeichnen. Es gibt keine Bedienungselemente, die Sie erlernen müssen, und keine beweglichen Teile. Das InterWrite SchoolBoard ist robust gebaut mit einer kratz- und stoßfesten Schreibfläche. Sie wurde für die Projektion optimiert, kann aber auch, falls kein Projektor benötigt wird, mit trocken abwischbaren Markern beschrieben werden. Auch das können Sie auf Ihrem PC speichern.

Die elektromagnetische Technologie der InterWrite Produkte ermöglicht hohe Datenraten und die derzeit höchste Auflösung von 1000 Punkten pro Zoll (37,5 Punkte pro mm). Sie können damit nicht nur schnell und ohne Nachhinken bzw. Aussetzen von Buchstaben schreiben, sondern auch fein radieren und dünne Linien ab 1 Pixel zeichnen. Mit InterWrite sind Sie auch schon für die Zukunft gerüstet, wenn Projektoren mit noch höherer Auflösung auf den Markt kommen.

Präsentieren und Unterrichten mit den InterWrite Produkten ist einfach und durch Bluetooth schnell und kabellos zu installieren. Auch Kinder bedienen sie sofort intuitiv.

Besucher der Systems in München haben auf dem GTCO CalComp Stand in Halle A2, Stand 223 Gelegenheit, die InterWrite Produkte zu testen.
www.gtcocalcomp.at

PROMOTION

PSI präsentiert neuen ERP-Standard in der Version 7

Die Sparte Produktionsmanagement der Berliner PSI AG präsentiert auf dem Trovarit-Gemeinschaftsstand in der Halle A1, Stand 303-31, den vor wenigen Wochen freigegebenen ERP-Standard PSI*penta.com* 7.

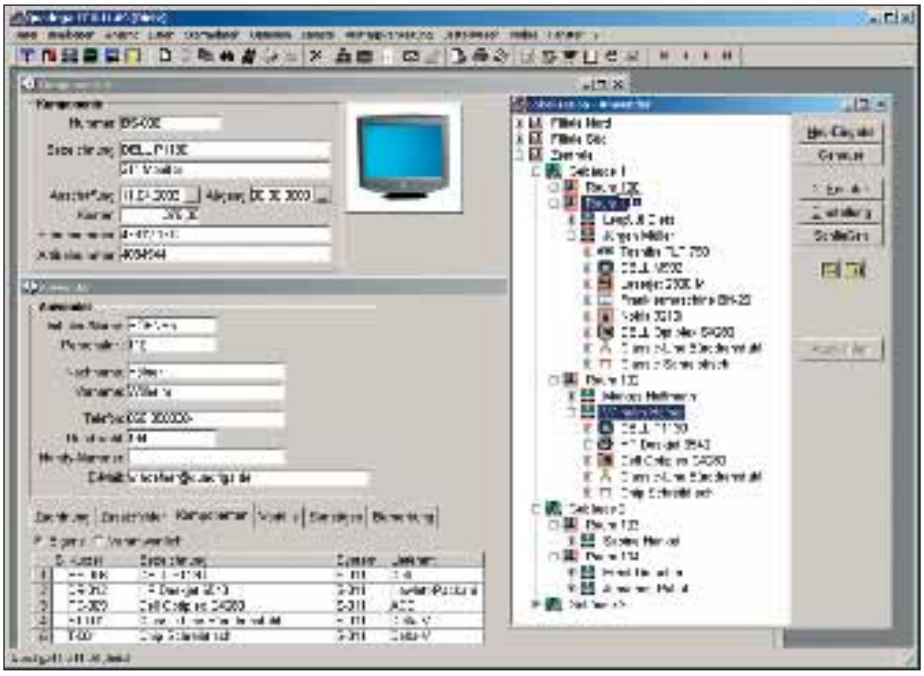
Das System wurde entsprechend aktueller Marktanforderungen internationaler Fertigungsunternehmen um zentrale Funktionen erweitert. Die neue Version 7 zeichnet sich durch funktionale Neuentwicklungen im Bereich der Mehrwerkesteuerung aus. Sie ermöglicht Unternehmen und Konzernen mit stark arbeitsteiligen Produktionsprozessen, die Auslagerung von Vorfertigungsstufen ins Ausland, ohne dabei auf eine zentrale Datenhaltung zu verzichten. Werksübergreifende Waren- und Werteflüsse werden gleichermaßen berücksichtigt.

So kann in einer Multisite-Umgebung mit verschiedenen Standorten und mehreren Stammwährungen, wie in nur einem Werk gearbeitet werden. Für eine stärkere Automatisierung in der Auftragsabwicklung sorgt eine leistungsfähige Workflow-Engine, die ebenfalls im neuen Standard enthalten ist.

Neben dem neuen Standard werden Themengebiete wie Manufacturing Execution Systeme (PSI*mes*), Warehouse Management Systeme (PSI*wms*) und übergreifende Produktionssteuerungssysteme (PSI*mcontrol*) die Schwerpunkte bilden. Im Rahmen des Business Solutions Forum präsentiert die PSI AG in Kooperation mit der Humboldt Universität zu Berlin am 19. Oktober 2004 erste Ergebnisse eines gemeinsamen Praxis-Projektes zur Berechnung von IT-Produktivität.
http://www.psi.de

Quadriga-IT: Umfassende Ressourcenverwaltung

Die Firma Quadriga Informatik bietet mit Quadriga-IT eine abteilungsübergreifend einsetzbare Softwarelösung für die Ressourcenverwaltung. Aktuelle Daten zu den vorhandenen PCs und der gesamten IT-Infrastruktur, zu den Büromöbeln und weiteren Inventargegenständen sowie zu anderen im Einsatz befindlichen Ressourcen macht Quadriga-IT unter einer einheitlichen Oberfläche verfügbar. Die auf der SYSTEMS in München neu vorgestellte Version „Manager" erlaubt es dabei, die Datenbestände unterschiedlicher Abteilungen durch die Vergabe von entsprechenden Berechtigungen gegeneinander abzugrenzen.



In einer Baumstruktur kann man den Umzug von Mitarbeitern durch Ziehen mit der Maus abbilden.

Dringend benötigte Informationen zu den vorhandenen Ressourcen lassen sich in vielen Organisationen nur mit großem Aufwand ermitteln. Viel Zeit geht häufig alleine dadurch verloren, dass die Daten nicht zentral gespeichert, sondern auf verschiedene Abteilungen verteilt sind.

Wenn etwa Informationen zu den vorhandenen PC-Arbeitsplätzen einschließlich des zugehörigen Mobiliars gefragt sind, müssen die zuständigen Mitarbeiter die Angaben unter Umständen erst mühsam aus unterschiedlichen Quellen zusammenstellen.

Softwarelösung Quadriga-IT

Eine systematische und umfassende Ressourcenverwaltung, wie sie mit Quadriga-IT möglich ist, schafft hier Abhilfe. Kernstück von Quadriga-IT ist die komfortable Verwaltung von Hard- und Softwarekomponenten sowie der zugehörigen Anwender, Lieferanten, Verträge, Räume und Problemfälle.

Abteilungsübergreifender Einsatz

Frei definierbare Zusatzfelder machen die Software an unterschiedliche Einsatzgebiete anpassbar, sodass sich auch Büromöbel, Fahrzeuge, Maschinen und weitere Ressourcen verwalten lassen. Damit ist der Einsatz von Quadriga-IT auch über die IT-Abteilung hinaus möglich. Beispielsweise kann die Software den Abteilungen Interne Dienste, Controlling, Facility Management oder Instandhaltung als professionelles Arbeitsmittel für die Ressourcenverwaltung dienen. Mit der neuen Version „Manager" lässt sich dabei durch die Vergabe von Berechtigungen gewährleisten, dass sich Daten einer Abteilung nicht durch abteilungsfremde Mitarbeiter unbefugt abrufen oder gar ändern lassen.

Ressourcen komfortabel verwalten

Quadriga-IT bietet für die Verwaltung der unterschiedlichen Ressourcen ein breites Spektrum an praxisnahen und gut durchdachten Funktionen. Daten lassen sich schnell eingeben, leicht wieder auffinden und aus verschiedenen Blickwinkeln darstellen und auswerten.

Eine Option der Software erlaubt es beispielsweise, die Hardware-Eigenschaften der PCs und die auf ihnen installierte Software automatisch auszulesen. Eine manuelle Eingabe ist in diesem Fall also nicht erforderlich.

Aber auch dann, wenn sich Informationen nicht elektronisch auslesen lassen, bietet Quadriga-IT Unterstützung bei der Erfassung. Um beispielsweise eine Lieferung von 10 gleichartigen Handys in die Datenbank aufzunehmen, reicht es, die Angaben für ein Handy zu erfassen und dann mit einem Klick per Mehrfachkopie für die anderen zu übernehmen.

Die neue Funktion der Massenänderung bietet noch weitergehende Möglichkeiten. So lassen sich etwa für eine Lieferung mehrerer Geräte deren unterschiedliche Seriennummern aus einer vom Lieferanten gestellten Excel-Liste übernehmen. Dabei erfolgt zunächst mit wenigen Mausklicks die Übernahme in die Zwischenablage und dann nach Quadriga-IT.

Mobile Verfügbarkeit

Die in Quadriga-IT gespeicherten Daten lassen sich mit der Option „Quadriga-Mobile" auch mobil auf dem iPAQ Pocket PC verfügbar machen. Damit haben Mitarbeiter der einzelnen Abteilungen die benötigten Angaben auch dann zur Hand, wenn sie nicht am Arbeitsplatz sind.

Quadriga Informatik GmbH
Tel. 0049/69/850030-0
http://www.quadriga.de

SYSTEMS 2004
München 18.-22.10.2004
Halle A2, Stand 541

PROMOTION

Optimierung von Geschäftsprozessen mit der Ultimus BPM Suite bei Handl Tyrol .

Tradition und Innovation

Der Tiroler Fleischspezialitäten-Betrieb Handl Tyrol kann bereits auf eine über hundertjährige Geschichte zurückblicken. Was als Fleischhauerbetrieb im Ortskern des Tiroler Pians begonnen hat, ist inzwischen ein ansehnliches wachstumsorientiertes Unternehmen mit über 300 Mitarbeitern und Niederlassungen in Deutschland und Italien geworden.

Das traditionelle Familienunternehmen im Tiroler Oberland produziert seit 1902 geräucherte und luftgetrocknete Wurst- und Fleischspezialitäten, sowie typische österreichische Wurst- und Schinkenspezialitäten mit hohem Qualitätsanspruch, die einen starken Bezug zur Ursprungsregion Tirol haben. Neben den Standorten Pains (Produktion) und Schönwies (Logistikzentrum) hat Handl Tryrol 1993 den Fleischwarenhersteller Christanell in Südtirol zu 100 Prozent übernommen. Zu den Kunden gehören sämtliche großen Lebensmittelketten, wie Metro, Hofer, Aldi, Lidl, Rewe, Billa und Spar, sowie der Lebensmitteleinzelhandel und die Gastronomie.

Optimierungspotenzial nutzen

Wie bei anderen mittelständischen Unternehmen, die wettbewerbsfähig bleiben wollen, begutachten Mitarbeiter und externe Berater in regelmäßigen Abständen den Wertschöpfungsprozess des Unternehmens. Hierbei werden vor allem die Geschäftsprozesse einer kritischen Prüfung unterzogen. Um die Leistung der Firma nicht nur zu einem bestimmten Zeitpunkt beurteilen zu können, sondern permanent Optimierungspotenzial aufdecken zu können, entschied sich Handl Tyrol während der letzten Analyse dazu, ein System für Business Process Management einzuführen.

Prozesse einfach und schnell umsetzen

Bei der Auswahl eines geeigneten Produkts standen mehrere Anforderungen im Vordergrund. So sollte die Lösung sich nahtlos in die bestehende IT-Infrastruktur einpassen können und ein Höchstmaß an Flexibilität bieten. Zudem galt es mit dem Business Process Management-System alle Phasen eines Geschäftsprozesses abzudecken und die betreffenden Prozesse möglichst einfach und schnell umzusetzen.

Nach eingehender Analyse der am Markt verfügbaren Produkte fiel die Entscheidung auf die Ultimus BPM Suite, die alle zentralen Anforderungen optimal erfüllen konnte. Die Ultimus BPM Suite bietet mit ihrer grafischen Entwicklungsumgebung eine benutzerfreundliche Oberfläche, in der ohne Programmierung vollständige Prozesse mit allen Formularen und Geschäftsregeln flexibel abgebildet werden können. Darüber hinaus deckt die Software mit ihren Modulen den vollständigen Geschäftsprozess-Lebenszyklus ab.

„Seit der Einführung der Business Process Management Lösung von Ultimus sind unsere Prozesse viel transparenter und schneller geworden. Auch können wir unseren Kunden ein Höchstmaß an Qualität garantieren. Somit konnten wir unsere strategischen Wettbewerbsvorteile noch weiter ausbauen.“ - **Christian Nicolussi**, IT-Leiter, Handl Tyrol

Automatisierter Prozess für das Reklamationswesen

Zunächst wurde das Reklamationswesen automatisiert, da dieser Prozess nicht nur strategisch wichtig für Handl ist, sondern auch durch die vielen Schnittstellen das optimale Einsatzgebiet für eine solche Lösung darstellt. In diesen Prozess mussten Kunden, externe Speditionen, die Übernahme, der Vertriebsinnendienst, die Prüfstelle, die Qualitätssicherung und die Buchhaltung integriert werden. Bei der Regelung von Reklamationen werden Kunden, insbesondere Großabnehmern, meist umfassende Re-

tourenrechte eingeräumt. Diese beinhalten beispielsweise die Rückgabe von Waren, deren Mindesthaltbarkeitsdauer abgelaufen ist oder wenn überdisponiert worden ist.

Die Ultimus BPM Suite begleitet hierbei den gesamten Prozess der Retourenanmeldung, Warenrückgabe und Vergütung. Daraufhin wird die Ware von der Qualitätssicherung kontrolliert, um den Grund für den Schaden zu identifizieren und im Falle eines Produktionsfehlers geeignete Schritte zu unternehmen. In einem automatischen Schritt wird eine Erfahrungsdatenbank aufgebaut, in der alle Gründe für Reklamationen protokolliert werden, um daraus Verbesserungen bzw. Prognosen abzuleiten.

Kürzere Durchlaufzeiten, mehr Transparenz

Ultimus hat nicht nur die Durchlaufzeit reduziert, sondern auch die Transparenz nachweislich erhöht. Ruft ein Kunde bezüglich einer Reklamation an, weiß der Mitarbeiter sofort an welcher Stelle des Prozesses sich die Ware gerade befindet. Darüber hinaus unterstützen intelligente Formulare die Mitarbeiter bei der Erledigung ihrer Aufgaben und beschleunigen nicht nur das Ausfüllen der Formulare, sondern helfen auch Fehler zu vermeiden. Neben der Arbeitserleichterung für die Mitarbeiter führte die Automatisierung und Optimierung des Reklamationswesens zu einer Steigerung der Kundenzufriedenheit und somit zu einer Verbesserung der Kundenbindung.

Prozessumsetzung innerhalb eines Tages

Im zweiten Schritt wurde ein Prozess für die Stammdatenanlage umgesetzt. Im Verlauf des Geschäftsprozesses werden neue Produkte mit Nummern versehen und somit katalogisiert. Dies führt zu einer schnelleren Einführung der neuen Produkte auf dem Markt. Mithilfe der grafischen Entwicklungsumgebung der Ultimus BPM Suite konnte dieser Prozess innerhalb eines Tages umgesetzt werden. Somit hat Handl

Tyrol eine Optimierung der „Time to Market" realisiert und ist dadurch in der Lage, seine strategische Wettbewerbsposition noch weiter auszubauen.

Handl Tyrol plant die zügige Umstellung aller essenziellen Kernprozesse auf Ultimus-Technologie. So soll als nächstes der Produktänderungsprozess automatisiert werden. Dieser ermöglicht die rasche Anpassung von Verpackungen und Etiketten für die verschiedenen Märkte, die das aufstrebende Tiroler Unternehmen bedient.

http://www.ultimus.com/de

Das Traditionsunternehmen Meyer Parkettindustrie verbindet traditionelles Wissen mit moderner Software. Mit einer Holzbranchenlösung für mySAP All-In-One bekommt man trotz unzähliger Parkettvarianten genaue Informationen über Fertigungsstatus und Produktionskosten.

Viele Varianten - eine Lösung

Die Gebrüder Meyer Parkettindustrie GmbH mit Sitz in Güssing im Burgenland, bildete 2002 ein Joint Venture mit dem deutschen Unternehmen Parador. Die Zusammenführung von Vertriebs- und Produktions-Knowhow ermöglicht den beiden Unternehmen den schnellen Zugang zu internationalen Märkten.

Das mit modernster Technologie ausgestattete Fertigparkettwerk wurde 1999 errichtet und in Betrieb genommen. In den zahlreichen Trockenkammern auf dem Betriebsgelände wird das Rohmaterial vorbereitet und danach in der über 7.500 Quadratmeter großen Fabrik zu Fertigparkett verarbeitet. Hochqualifizierte Facharbeiter und Techniker sowie das über hundert Jahre entwickelte und weitergegebene Fachwissen des Meyer-Holz Familienbetriebes tragen dazu bei, dass man mit Fertigparkett ein qualitativ hochwertiges, beständiges und umweltfreundliches Produkt erhält.

Das Fertigparkett ist in 74 Varianten (die sich durch Holzart und Sortierungen, lackiert oder gebrauchsfertig geölt unterscheiden) lagernd. Das ohnehin bereits umfangreiche Sortiment wurde um neue interessante Holzarten wie Jatoba, Doussie, Eiche „Antik" oder Merbau erweitert.

Erweiterung mit mySAP All-In-One

Nach der Einführung der SAP-Module für Finanzbuchhaltung und Controlling durch die konzerneigene IT der deutschen Parador beschloss das Unternehmen, auch in der Fertigung, in der Lagerwirtschaft und im Vertrieb die bestehende Individualsoftwarelösung durch die mySAP All-In-One Module Materialwirtschaft, Produktionsplanung und Vertrieb mit Hilfe eines externen Beratungshauses zu ersetzen. Man entschied sich dabei für den SAP Business Partner itelligence, das unter anderem auch auf die Holzindustrie spezialisiert ist und bereits auf zahlreiche Referenzen sowie auf eine eigenentwickelte und SAP-zertifizierte Branchenlösung „it wood" verweisen kann.

Gemeinsam mit den verantwortlichen Mitarbeitern bei Meyer wurden diese Module in nur drei Monaten eingeführt. Dabei wurden sämtliche Prozesse gemeinsam analysiert und optimiert. Stamm- und Bewegungsdaten wurden aus dem Altsystem unter Linux übernommen. Das Bestellwesen wurde samt einem Freigabefahren implementiert und besondere Beschaffungsformen wie die Lohn- und Fremdbearbeitung und Umlagerungsbestellungen berücksichtigt.

Variantenvielfalt ist gefragt

it.wood erleichtert den Umgang mit einer der größten Herausforderungen der Holz- und Möbelindustrie - der Variantenvielfalt. Liefertermine werden automatisch generiert und die Verfügbarkeit der Produkte überprüft - in Abhängigkeit der Produktvariante können Aufträge terminiert werden und Fertigungs- und Bestellstatus angezeigt werden. Spezielle Anforderungen der Holzbranche werden dabei berücksichtigt: So sind die Abbildung der Furnierfeuchtigkeit und technischer bedingter Liegezeiten im Materialstamm implementiert. In einem weiteren Schritt wurde itelligence Österreich mit der Einführung von SAP HR - Human Resources beauftragt. Die Realisierung der Customizing Einstellungen erfolgte gemeinsam mit den Key-Usern von Meyer Parlett/Parador im Rahmen eines frühen Prototyping mit Musterdaten am System. Reports und Formulare wurden erstellt und Key-User bei geschult. Diese gaben ihr Wissen dann an die übrigen Anwender im Unternehmen weiter.

„Durch die Implementierung der logistischen Module können wir verlässliche Informationen über die aktuellen Fertigungsaufträge gewinnen und die Produktionskosten dadurch nachhaltig senken. Durch die gute Planbarkeit der Kapazitätsauslastung erhalten wir größere Flexibilität", zeigt sich Hendrik Voss, IT-Manager von Meyer Parkett/-Parador zufrieden. „Die optimierte Produktionssteuerung führt auch zu einer Reduzierung der Durchlaufzeiten in der Fertigung. Übereinstimmung von Planung und tatsächlichem Aufwand erlauben eine bessere Nutzung unserer Kapazitäten und sorgen für mehr Transparenz - im gesamten Unternehmen".

http://www.mittelstand.at

Steil nach oben!

MAXDATA
REAL HARD WARE

Der MAXDATA PLATINUM 520 mit Intel® Xeon™ Prozessor begleitet Ihr Unternehmen beim Aufstieg nach oben. Dank geprüfter Technologie und zahlreicher Konfigurationsmöglichkeiten, ist der MAXDATA PLATINUM 520 ein verlässlicher Wegbegleiter, der mit den IT-Anforderungen Ihres Unternehmens jederzeit mitwachsen kann.

MAXDATA PLATINUM 520

- max. 2 x Intel® Xeon™ Prozessor 3.2 GHz, 800 MHz FSB, 1 MB Cache
- Intel® Extended Memory 64 Technology (Intel® EM64T)
- Demand Based Switching with Enhanced Intel® SpeedStep® Technology
- max. 4 GB DDR333 SDRAM mit ECC
- Intel 10/100/1.000 Mbit/s NIC
- max. 8 SATA-HDD bis 250 GB pro HDD
  oder max. 4. SCSI-HDD bis 146 GB pro HDD
- optional RAID-Kontroller für RAID (0), 1, 5, 10
- 450 Watt Netzteil oder
  2 x 400 Watt redundante hot swap Netzteile
- Floppy-, DVD-, optional DVD-RW-Laufwerk
- Intel® Server Management Software
- 36 Monate Garantie

Beispielkonfiguration:
MAXDATA PLATINUM 520 Select

ab € 1.399,–*

*Preis exkl. MwSt., Versand und weiteren Dienstleistungen

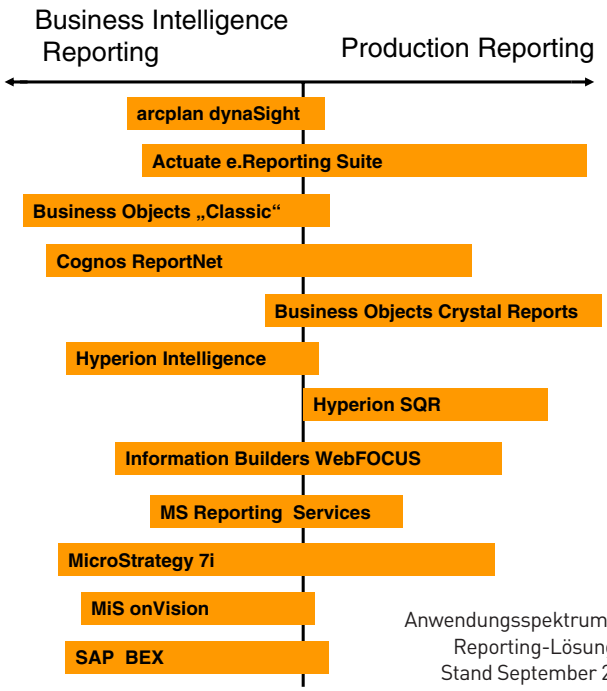
intel inside XEON

www.maxdata.at
vertrieb@maxdata.at
Tel: 01 277 89 90

Intel, das Intel-Xeon-Logo und Xeon sind Marken der Intel Corporation oder ihrer Tochtergesellschaften in den USA oder anderen Ländern.

Trotz der anhaltenden Konsolidierung im Business-Intelligence-Markt gibt es in Deutschland immer mehr Anbieter für Reporting- und Analysewerkzeuge und der Umfang der Marktbereinigung bei den multidimensionalen Datenbanken liegt deutlich unter den Erwartungen einiger Analysten. Der nachfolgende Artikel segmentiert den Markt für Reporting, Analyse und multidimensionale Datenbanken und nennt beispielhafte Anforderungen und typische Vertreter der jeweiligen Sparte.

Patrick Keller



Anwendungsspektrum von Reporting-Lösungen, Stand September 2004

Markttrends Business Intelligence: Softwareanbieter für Reporting-, Analyse und OLAP

Das häufigste Einsatzgebiet von Anwenderwerkzeugen für Business Intelligence findet sich im Bereich Reporting und Analyse, da sie die Hauptbedürfnisse der Anwender nach schneller und einfacher Darstellung von Kennzahlen und Analyse dieser Zahlen abdecken.

Hierbei lassen sich innerhalb der Gruppe für Reporting-Werkzeuge abermals zwei Werkzeugklassen identifizieren, die langsam zusammenwachsen: Anwender eines statischen Berichtswesen, die regelmäßig wiederkehrende Listenberichte erhalten und keine neuen Abfragen erstellen. Häufig wird dies auch Production-Reporting oder operatives Berichtswesen genannt, mit der Anforderung nach pixelgenauer Platzierung der Elemente. Erfahrungsgemäß entfällt auf diese passiven Berichtsempfänger meist eine große Anzahl der Lizenzen - regelmäßig stellen sie um die 70 Prozent der Anwender eines Business-Intelligence-Systems.

Dafür ist es auch notwendig, ein performantes System zu entwickeln, dass durch seine Architektur in der Lage ist, eine große Anzahl von Abfragen zu beantworten. Dazu werden ausgeklügelte Caching-Mechanismen eingesetzt oder aufbereitete Abfragen an die Datenquelle geschickt. Um dies zu vereinfachen, bieten einige relationale Datenbanken Erweiterungen an, über die Metadaten mit Anwenderwerkzeugen ausgetauscht werden können. Diese Austauschstandards werden von zunehmend mehr Werkzeugen unterstützt - bis hin zu einer bidirektionalen Kommunikation. Klassische Anbieter in diesem Segment sind unter anderem Actuate, Information Builders oder Crystal Decisions, deren Übernahme durch Business Objects Ende 2003 abgeschlossen wurde.

Die zweite Anwendergruppe hat Anforderungen nach einem Business-Intelligence-Berichtswesen mit dem sie selbst einfache Manipulationen der Berichtsinhalte und des -designs vornehmen können. Bei diesem Anforderungsprofil kann bereits die Grenze zu Analysewerkzeugen verwischen, die eine freie Navigation in den Unternehmenskennzahlen erlauben. Üblicherweise stehen jedoch einfache Reportingfunktionen im Vordergrund. Dazu zählen die freie Anordnung von Tabellen und Grafiken sowie Optionen für ein flexibles Layout und die individuelle Formatierung der Berichte. Alle Werkzeuge erlauben die anschließende Verteilung der Berichte über Internet-Technologie und teilweise das ereignisabhängige Abonnement durch die Anwender. Dann werden beim Eintreffen bestimmter vom Anwender definierter Ereignisse, wie dem Überschreiten eines Grenzwertes, Berichte des entsprechenden Datenmaterials erzeugt und übermittelt. So wird der alltäglichen Überflutung der Entscheidungsträger mit Informationen („Information Overload“) entgegengewirkt und lediglich die tatsächlich interessanten Ereignisse

Patrick Keller ist Analyst beim Business Application Research Center (BARC) und Mitautor verschiedener Studien, unter anderem „OLAP und Business Intelligence“, „Frontends für SAP BW“ und „Business Intelligence mit dem Microsoft SQL Server“. Seine Spezialgebiete sind entscheidungsunterstützende Informationssysteme für Controlling-Anwendungen mit besonderem Schwerpunkt auf Business-Intelligence-Frontends und Web-Anwendungen. Darüber hinaus begleitet er seit Anfang 2001 Unternehmen im Software-Auswahlprozess.

beziehungsweise Konstellationen im Datenbestand hervorgehoben. Eine Übersicht, welche Einsatzschwerpunkte die bekanntesten Reporting-Werkzeuge haben, gibt die beigestellte Abbildung.

Softwareanbieter von Berichtswerkzeugen

Mit dem bereits erwähnten Aufkauf von Crystal Decisions durch Business Objects ist es zu der größten Firmenübernahme im Segment für Business-Intelligence-Werkzeuge gekommen. Andere Anbieter wie Microsoft, MIS oder Cognos versuchen hingegen durch Eigenentwicklungen ihr Produktportfolio zu ergänzen. Eine weitere Strategie besteht darin, bereits bestehende Produkte in der Funktionalität zu erweitern, wie MicroStrategy dies mit den Report Services für 7i getan hat. SAP hingegen ergänzt sein eigenes Anwenderwerkzeug Business Explorer Web Application Designer um Crystal Reports und stellt circa 500 vordefinierte Berichte sowie eine Testlizenz mit dem Business Content bereit.

Allen Anbietern ist gemeinsam, dass sie auf den Einsatz von Internet-Technologie für Berichtswesen setzen und so die Anbindung vieler Benutzer an das System vereinfachen. Technisch haben viele Anbieter die ca. 1997 begonnene Migration ihrer Werkzeuge weitgehend bewältigt, so dass die Web-Clients wenigstens 90 Prozent der Funktionalität der Windows-basierten Werkzeuge beinhalten. Einige Neuentwicklungen, setzen bereits vollständig auf die Browser-basierte Berichtserstellung und benötigen den Windows-Client nur noch für wenige administrative Aufgaben.

BARC-Tagung

Wenn Sie sich selbst einen Überblick über die aktuellsten Markttrends und Produktneuentwicklungen der führenden Anbieter im deutschsprachigen Markt verschaffen wollen, lohnt es sich für Sie die 12. BARC-Tagung zu besuchen. Die Tagung **Business Intelligence: Software für Reporting, Analyse und OLAP** findet am 27. und 28. Oktober in Würzburg, Deutschland statt. Zusätzlich zu 15 Softwareanbietern präsentiert Nigel Pendse erste Ergebnisse aus der weltweit größten Befragung zu OLAP und Business Intelligence. Weitere Informationen zu diesem Event finden Sie online unter **www.barc.de.**

Datenbanken für Business-Intelligence-Systeme

Speicherkonzept	Hersteller	Multidimensionale Datenbank	Schnittstelle für Frontends
Multidimensionale Speicherung	Applix	iTM1	ODBO, (XMLA), Proprietär
	Business Objects	Crystal Holos*	Proprietär
	Cognos	PowerCubes	Proprietär
	MIK	MIK-OLAP	ODBO, Proprietär
	MIS	Alea	ODBO, Proprietär
	Thinking Networks	TN Planning	Proprietär
Multidimensionale Speicherung mit Option Daten relational zu halten	Hyperion	Essbase	XMLA, Proprietär
	IBM	DB2 OLAP Server	XMLA, Proprietär
	Microsoft	Analysis Services	ODBO, XMLA
	Oracle	10g OLAP Option	Proprietär, ODBC
	SAS	MDDB	ODBO, Proprietär
ROLAP-Engine	SAP	(Einsatz des MS SQL Server Analysis Services möglich)	ODBO, ODBO BAPI, XMLA, Proprietär
	MicroStrategy	-	ODBO, Proprietär

*Crystal Holos wird nicht weiter von Business Objects gepflegt
Schnittstellen in Klammern sind angekündigt, Stand September 2004

Analysewerkzeuge erlauben im Unterschied zu Berichtswerkzeugen einen intensiven Nutzen der Systeme durch so genannte „Power-User", die individuelle und nicht-vorhersehbare Veränderungen von Sichten auf die Daten vornehmen und die Anwendung betriebswirtschaftlicher und statistischer Analysemethoden durchführen. Dazu werden als Datenbasis häufig multidimensionale Datenbanken eingesetzt, um die notwendigen Daten mit kurzen Antwortzeiten zu liefern. Die Analysemöglichkeiten umfassen dabei vor allem eine Navigation im Datenmodell, um einfach und schnell Pfade von Detailwerten zu aggregierten Kennzahlen zu verfolgen. Standardauswertungen wie Sortierungen, ABC-Analysen oder eine Ausreissersuche sind häufig integriert. Weitergehende betriebswirtschaftliche oder statistische Analysemöglichkeiten sind dagegen selten anzutreffen und oft noch Spezialisten vorbehalten, die Data-Mining-Werkzeuge einsetzen.

Im Bereich der Analyseanwendungen gibt es seit Jahren einige Anbieter, wie MIK oder Temtec, die eine gewisse Größe in ihrer Marktnische erreicht haben. Diese Produkte nutzen breit aufgestellte BI-Anbieter, wie es die MIS AG tut, die den DeltaMaster von Bissantz als MIS DeltaMiner vertreiben. Jedoch werden alle Spezialisten durch Komplettanbieter bedrängt, da bei den Kunden teilweise der Wunsch besteht, mit möglichst wenigen Lieferanten für Software zu arbeiten. Spektakuläre Neuentwicklungen sind hier- Markteintritts von Microsoft. Microsoft definiert und etabliert auch den Quasi-Zugriffsstandard ODBO für die Kommunikation zwischen Anwenderwerkzeug und multidimensionaler Datenbank.

Im Gegensatz zu relationalen Systemen setzen sich für multidimensionale Datenbanksysteme momentan erst standardisierte produktübergreifende Zugriffsstandards und Abfragesprachen durch. Die von Microsoft für die multidimensionale Datenbank SQL Server Analysis Services definierte Schnittstelle OLE DB for OLAP (ODBO) und die Abfragesprache MDX (Multidimensional Expressions) etabliert sich dabei als Industriestandard analog zu ODBC und SQL.

Weiterhin wird datenbankseitig vermehrt XML for Analysis (XMLA) zum Datenaustausch angeboten. Auf Seite der Anwenderwerkzeuge sind kaum noch Produkte ohne ODBO-Unterstützung vorhanden und auch die multidimensionalen Datenbanken fast aller Hersteller bieten inzwischen ein entsprechendes Interface an. Diese Schnittstelle unterstützen auch Anbieter, die eine eigene multidimensionale Datenbank entwickelt haben. Als Beispiel kann hierbei MIS dienen, die mit ihren Werkzeugen MIS onVision und MIS Plain auch ODBO unterstützen. onVision ist zudem noch für den Zugriff auf SAP Business Warehouse zertifiziert und kann unterstützt damit auch Reporting SAP BW, Microsoft Analysis Services und der eigenen Datenbank MIS Alea. ❑

„Das Glück der späten Geburt“

Clemens Prändl, Geschäftsführer von MicroStrategy Deutschland und zuständig für Zentraleuropa (Deutschland, Österreich, Schweiz), erläutert im Gespräch mit dem MONITOR den aktuellen Business Intelligence-Markt und neue Produkte.

Adolf Hochhaltinger

Was ist der spezielle Vorteil, den MicroStrategy seinen Kunden bietet?

Der Unternehmer erhält durch uns ständig alle Geschäfts-relevanten Informationen aus allen Bereichen seines Unternehmens wie Finanzen, Produktion, Abverkauf. Er sieht dadurch sofort, wo er Geld verdient und wo er Geld verliert und ist immer up-to-date.

So sieht er beispielsweise auch, wenn ihm ein Geschäftsbereich zwar hohe Umsätze bringt, hier aber z.B. wegen zu niedriger Preise trotzdem kein Gewinn generiert wird. Damit wird seine unternehmerische Entscheidung durch präzisere Information unterstützt; er kann dadurch bessere und erfolgreichere Entscheidungen treffen.

Gerade wenn es wirtschaftlich nicht so gut geht, erlebt Business Intelligence meist eine große Renaissance, weil es dem Unternehmer zusätzliche Informationen über seinen wirtschaftlichen Stand in jedem einzelnen Bereich des Unternehmens erschließt: er kann dadurch effizienter agieren.

Wie sehen Sie heute Ihre Position am Markt?

MicroStrategy ist derzeit - sowohl in Europa als auch in Österreich - der am schnellsten wachsende Anbieter im Bereich „Business Intelligence“. Insbesondere letztes Jahr sind wir sehr stark gewachsen.

Aus diesem Grund sind wir sehr zuversichtlich bezüglich der kommenden Entwicklung.

Wir haben außerdem im Vergleich zu unseren Mitbewerbern das „Glück der späten Geburt“: wir konnten als junges Unternehmen auf inzwischen weltweit gewonnenen Erfahrungen aufbauen und dadurch schon von Anfang an einige grundlegende Sakkgassen und Fehler vermeiden.

Und was heißt das in der Praxis?

Wir verwenden grundsätzlich eine Serverzentrierte Architektur, hier muss nicht mehr ein eigener (und eventuell komplizierter) Client auf dem PC eines jeden einzelnen Anwenders installiert werden. Alleine dadurch ersparen sich größere Organisationen bereits eine Menge Zeit und Administrationsaufwand.

Und der Zugriff auf alle Informationen erfolgt mit einem ganz normalen Web Browser. Dadurch ersparen wir dem Kunden Server-seitig die Anpassung unseres Produkts an unterschiedliche Hard- und Softwareplattformen der Clients.
Das macht es auch für Anwender leichter: Schon in vergleichsweise kleinen Projekten von zehn bis hundert Usern ist in historisch gewachsenen Umgebungen oft eine Vielfalt unterschiedlichster Server anzutreffen. Wir dagegen bauen in einem einzigen Account ein ausreichend leistungsfähiges Data Warehouse auf, wo wir sämtliche Unternehmensdaten zentral zur Verfügung stellen und alle Benutzer damit bedienen.

Bei vielen Mitbewerbern dagegen sind derartige Business Intelligence Lösungen aus mehreren Elementen „zusammengestückelt“, teilweise *müssen* einzelne Teile sogar auf unterschiedlicher Hardware installiert werden - und genau diesen Aufwand erspart MicroStrategy seinen Kunden. Bei unserer Lösung liegt die gesamte entscheidungsrelevante Information grundsätzlich in einer einzigen großen, relationalen SQL-Datenbank. Dadurch gibt es bei uns in jedem Unternehmen immer nur *einen einzigen* Business Intelligence Server.

Zudem ergibt sich hieraus auch ein finanzieller Vorteil: Ein Server läuft etwa nach drei Jahren aus dem Leasing, dann muss er ersetzt werden. Und dann braucht der Kunde bei uns nur *einen einzigen Server* zu tauschen. Das macht einen großen Unterschied, insbesondere bei den TOC.

„Gerade wenn es wirtschaftlich nicht so gut geht, erlebt Business Intelligence meist eine große Renaissance, weil es dem Unternehmer zusätzliche Informationen über seinen wirtschaftlichen Stand in jedem einzelnen Bereich des Unternehmens erschließt.“ - **Clemens Prändl,** Geschäftsführer von MicroStrategy Deutschland

Wie sehen Sie den österreichischen Markt?

Gerade in Österreich wird ja der Preis ganz besonders genau beachtet. Hier bietet MicroStrategy alle Möglichkeiten, für den kleinen ebenso wie für den großen Kunden. Zu diesen „Großen“ zählen immerhin Unternehmen wie Rewe, Metro, C&A, die dm-Drogeriemarkt-Kette, die deutsche Börse, die deutsche Telekom, die Anker-Versicherung in Österreich, usw.

Jeder Kunde kann - ganz nach seinen Vorstellungen - entweder „klein“ beginnen, beispielsweise auf einem Windows- oder Unix-Server - oder er kann gleich von Anfang an ein großes Data Warehouse mit einigen Terabyte aufbauen. ❑

REBOOT

Ob Unternehmenssteuerung per Software etwas mit richtiger menschlicher Intelligenz zu tun hat, darüber kann man streiten.

Kommentar von Conrad Gruber

Auf jeden Fall aber ist der Begriff „Business Intelligence" für digitale Analyse- und Steuerungtsools gut gewählt. Es klingt, vornehm, nobel und ein bisschen geheimnisvoll, auf jeden Fall aber nach etwas, was man unbedingt braucht.

Nur: Was macht Business Intelligence-Software? Vereinfacht gesagt: Durch die Sammlung möglichst vieler Geschäftsdaten wird die Geschäftsentwicklung eines Unternehmens abgebildet und mit den Zielen verglichen, die erreicht werden sollen. Dies funktioniert über Reporting und Analyse und überspannt viele Bereiche: Die Produktion, den Vertrieb, den Einkauf, die Personalverwaltung, die Kundenbeziehungen usw. Alles lässt sich in Form einer „intelligenten" Business-Matrix abbilden.

Die Intelligenz einer solchen Software reicht aber nur so weit, wie sie vom Menschen definiert worden ist: Sind die Geschäftsziele zu vage, wird auch eine Analyse der Geschäftsdaten nicht viel bringen. Steht das Geschäftsmodell auf zu wackligen Beinen, kann auch Business Intelligence nicht weiter helfen.

Manche der von den Softwareanbietern umgarnten leitenden Manager unterschätzen, wie wichtig die Managementbasis ist, auf der Business Intelligence-Modelle aufbauen. Und diese bleibt nach wie vor Sache der menschlichen Fähigkeiten, die keine Computersoftware übernehmen kann.

Steuerung und Kontrolle ersetzt daher nicht Kreativität, Erfahrung, Wissen und Intuition. Diese Eigenschaften zu programmieren hat noch kein IT-Experte geschafft. Daher soll man sich einerseits nicht zuviel von Business Intelligence erwarten, andererseits aber ist dieses Softwaremodul eine Möglichkeit, sich vom Sammeln und interpretieren statistischer Geschäftsdaten zu entlasten und nur mehr auf Basis von vorinterpretierten Ergebnissen zu entscheiden. Das ist die eigentliche Stärke von Business Intelligence und kann, wenn sie gut angewendet wird, kreative Entscheidungs-Freiheitsräume eröffnen, die vorher von Datenballast zu gemüllt wurden.

BI für den Handel

SAS bringt neue Business-Intelligence-Lösungen für den Handel.

Die „SAS Retail Intelligence Solutions" sollen Handelsunternehmen dabei unterstützen, das Kundenverhalten nachzuvollziehen und zu prognostizieren, die Profitabilität einzelner Waren zu berechnen und die Effektivität von Marketingkampagnen über mehrere Kanäle hinweg zu messen. Mit diesem Wissen sind Unternehmen in der Lage, konsistente Strategien zu entwickeln und umzusetzen, die Performance unternehmensweit zu messen, den Kundenservice zu verbessern und ihren Ertrag zu steigern.

Die Lösungssuite basiert auf der SAS Intelligence Architecture, einem unternehmensweiten „Out of the box"-Datenmodell, das Kunden-, Geschäfts-, Supply-Chain- und Transaktionsdaten umfasst - letztere bis hinunter zur Stock Keeping Unit (SKU). SAS hat auch den Einsatz neue Technologien wie „Radio Frequency Identification" (RFID) dabei berücksichtigt. http://www.sas.at

Erfolgreich in den Zukunftsmarkt Storage

Magirus Storage Competence Center

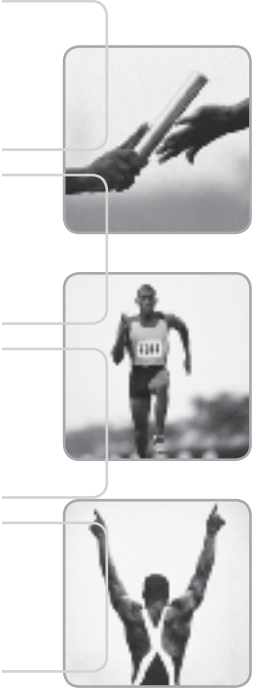
Industrieanalysten erwarten ein weltweites Wachstum im Bereich Storage von sechs bis sieben Prozent im Jahr 2004. Speziell für EMEA wird das Wachstum im Networked Storage Bereich bei kleinen und mittelständischen Unternehmen auf etwa 20 Prozent geschätzt.

Business Partner, die jetzt in diesen Markt investieren haben gute Chancen. Der Bereich der Open Storage Systeme bietet vor allem im mittelständischen Bereich viel Potenzial und Raum für Consulting und Service-Leistungen.

Das Produktportfolio der führenden Storage-Anbieter EMC², Hewlett-Packard, IBM und StorageTek verbunden mit den Magirus Services und Consulting-Leistungen bilden ein ideales Angebot an Storage Lösungen für viele mittelständische Vertriebspartner.

Mit höchster technischer Kompetenz unterstützt Magirus die Vertriebspartner im SMB-Markt und bietet neben umfassender technischer Unterstützung in der Pre-Sales-Phase auch Storage-Consulting-Leistungen von der ersten Konfiguration bis hin zur Erstellung hochkomplexer Gesamtlösungen aus Hardware, Software und Integrations-Services.

Testen Sie uns und starten Sie jetzt mit Magirus in Ihre erfolgreiche Storage-Zukunft



- **IT-Infrastrukturlösungen führender Technologiepartner**
- **IT-Consulting**
- **Schnittstelle zu Herstellern**
- **Services**
- **Business Development**

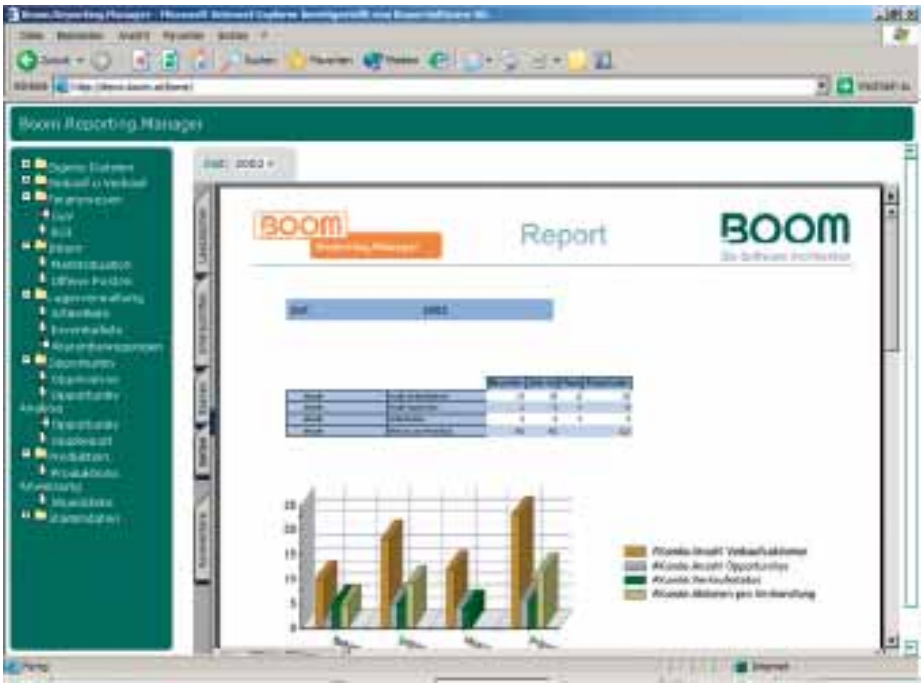
Weitere Informationen für Partner:

Magirus Austria GesmbH
Petra Mossbeck
Zaunergasse 4 · A-1030 Wien
Telefon +43 (0) 1 7189840-921
Telefax +43 (0) 1 7189840-910
Web www.magirus.com
e-Mail petra.mossbeck@magirus.com

Magirus
Value Added Distribution

„Unternehmens-Cockpit“

Richtige Informationen zur richtigen Zeit: Die Software Architekten von Boom präsentieren mit dem Reporting.Manager eine neue Analyse- und Reportinglösung.



Boom.Reporting.Manager

Entscheider brauchen die richtigen Informationen zur richtigen Zeit: Umsatzzahlen, Produktionsdaten und die zum Unternehmen passenden Kennzahlen und Key Performance Indicators (KPIs), um sich orientieren zu können.

Ganz wichtig dabei: Auch die Ursachen hinter den Fakten sollten eruiert und die Auswirkungen von Veränderungen sofort analysiert werden. Nur so lassen sich richtige Entscheidungen schnell treffen und die notwendigen Handlungen können rechtzeitig gesetzt werden.

Die neu entwickelte Softwarelösung Boom.Reporting.Manager wurde für diese Anforderungen entwickelt. Mit ihr können Informationen aus den unterschiedlichen Unternehmensbereichen, ERP-Systemen und relationalen Datenbanken sofort analysiert, konsolidiert und thematisch aufbereitet werden.

„Mit diesem Unternehmer-Cockpit lassen sich alle wesentlichen Daten aus allen unterschiedlichen Firmenbereichen sinnvoll bündeln und verknüpfen, entsprechend gestalten und jederzeit analysier- und abrufbar machen. Es ist ein ebenso unverzichtbares wie kostengünstiges Werkzeug für die erfolgreiche Unternehmenssteuerung und ein professionelles Risikomanagement“, bringt es Joachim Schnedlitz, Vorstand der Boom Software AG, auf den Punkt. „In dieser Software stecken 10 Jahre Erfahrung aus einer Vielzahl von uns umgesetzter Business Intelligence Lösungen gepaart mit den praktischen Anforderungen im modernen Mittelstand.“

Ein wesentliches Designziel bei der Entwicklung dieses Tools, waren einfache und übersichtliche Bedienbarkeit. Es bietet Benutzern die Möglichkeit, auf schnelle und unkomplizierte Art und Weise mehrdimensionale (OLAP-) Analysen und Reports zu erstellen, die von den Benutzern eigenständig verwaltet und verteilt werden können. Entwickelt mit Microsoft .NET-Technologie entfällt eine Client Installation. Die Applikation kann sehr rasch sowohl im Intra- als auch im Internet mit folgenden Anwendungsschwerpunkten eingesetzt werden:

- OLAP Funktionalitäten (Drill Down/Up, verschachtelte Tabellen, etc.)
- PDF-Berichtswesen mit individuellen Filterfunktion
- Anbindung an unterschiedliche Datenbanken und ERP-Systeme und andere bestehende Software Applikationen

Durch die Verwendung plattformunabhängiger Technologien HTML und Adobe PDF können die erstellten Berichte in hoher Qualität ohne störende Änderungen an Format oder Layout gedruckt oder versandt werden. Bei der Verwaltung von Berichten und Reports wird auf das bestehende Windows Sicherheitskonzept zurückgegriffen, womit auch in diesem Falle aufwendige Administrationstätigkeiten entfallen.

Der Boom.Reporting.Manager kann beispielsweise als Ergänzung zur neuen Mittelstands ERP-Lösung SAP Business One eingesetzt werden. Unternehmen können damit ein kostengünstiges Analyse- und Berichtssystem einführen, das sofort mit SAP Business One funktioniert und nicht erst lange angepasst werden muss. „Boom.Reporting.Manager ergänzt unsere SAP Business One Lösung im Bereich der Datenauswertung, Analyse und im Reporting ideal und kann sofort verwendet werden“, bestätigt Robert Leitner, Leiter des Bereiches Klein- und Mittelbetriebe bei SAP Österreich.

Infos unter: www.boomsoftware.com, vertrieb@boomsoftware.com

„Mit dem Boom.-Reporting.Manager lassen sich alle wesentlichen Daten aus allen unterschiedlichen Firmenbereichen sinnvoll bündeln und verknüpfen, entsprechend gestalten und jederzeit analysier- und abrufbar machen.“ - **Joachim Schnedlitz,** Vorstand der Boom Software AG

MIS beflügelt die Vertriebsplanung der Austrian Airlines Group

Verkürzte Planungsphase und detaillierte Auswertungen der Vertriebsdaten ermöglichen schnelle und flexible Unternehmenssteuerung.

Um die Vertriebsplanung zu optimieren, hat die Austrian Airlines Group eine datenbankbasierte Lösung der MIS eingeführt. Ziel des Projekts war es, den Vertrieb verstärkt in die Planung einzubinden und ihm so früh wie möglich klare Umsatzvorgaben zur Verfügung zu stellen. Darin sieht die Austrian Airlines Group einen wesentlichen Faktor, um sich unter extremem Kostendruck in einem sich rasch ändernden Marktumfeld gegenüber anderen Airlines zu behaupten.

Da sich die Fluggesellschaft bereits seit 2003 bei ihrem gruppenweiten Monatsreporting auf MIS Software verlässt, kamen MIS Produkte und Dienstleistungen auch bei dem neuen Projekt in die engere Wahl. Ausschlaggebend für die Beauftragung der MIS waren schließlich die rasche Umsetzung des Projekts sowie die flexiblen Möglichkeiten, die MIS DecisionWare beim Reporting bietet.

Wettbewerbsfähigkeit gestärkt

Die Marketing-Abteilung der Austrian Airlines Group stellt alljährlich im September die Vertriebsplanung für das darauf folgende Jahr auf. Dazu werden Produktbudgets für jede Flugstrecke ermittelt. Basis sind die Werte des aktuellen Jahres, Hochrechnungswerte sowie strategische Planvorgaben. Im Ergebnis steht ein Budget für die Jahreserlöse nach Produkten bzw. Produktgruppen, das als Zielvorgabe auf die rund 115 einzelnen Vertriebsstellen umgelegt wird.

Durch die neue Lösung konnte dieser Planungsprozess an unterschiedlichen Stellen optimiert werden: Zum einen wurde die Durchlaufzeit von fünf auf zwei Monate verkürzt. Zum anderen bietet die Lösung so viel Flexibilität, dass auch kurzfristig erforderliche Änderungen, die aus der großen Dynamik des Marktes und der Komplexität des Streckennetzes resultieren, berücksichtigt werden können.

Neben diesen Effekten ist der Planungsprozess durch die MIS Lösung zudem vereinfacht und verfeinert worden: Weil die Vertriebseinheiten stärker in die Aufstellung involviert sind, erreicht die Austrian Airlines Group damit eine wesentlich höhere Qualität der Planung. Dank flexibler Auswertungsmöglichkeiten ist es erstmals möglich, auch unterjährig Soll-Ist-Vergleiche je Flugstrecke und Vertriebsstelle zu erstellen. Diese Transparenz wirkt sich insgesamt positiv auf die Zielerreichung aus.

In Summe hat die Austrian Airlines Group mit der Einführung der MIS Planungsanwendung eine wichtige Voraussetzung geschaffen, um unter den herrschenden Branchenbedingungen schnell und flexibel agieren zu können. „Die neue MIS Lösung hat unsere Vertriebsplanung nicht nur beschleunigt, sondern auch einfacher, transparenter und qualitativ hochwertiger gemacht. Sollten wir einmal vom Kurs abweichen, können wir Maßnahmen jetzt schneller und lösungsorientierter umsetzen“, erläutert Mag. Wolfgang Schein, Head Market Research & Business Monitoring, Austrian Airlines Group.

http://www.misag.at

Die Logistik für Informationen

SER

SER steht heute für mehr als nur elektronische Archivierung, Dokumenten- und Workflow-Management. Die DOXiS iECM Suite 2005 basiert auf einem vollständig integrierten Produktansatz und konnte bereits mehrere Auszeichnungen verbuchen:

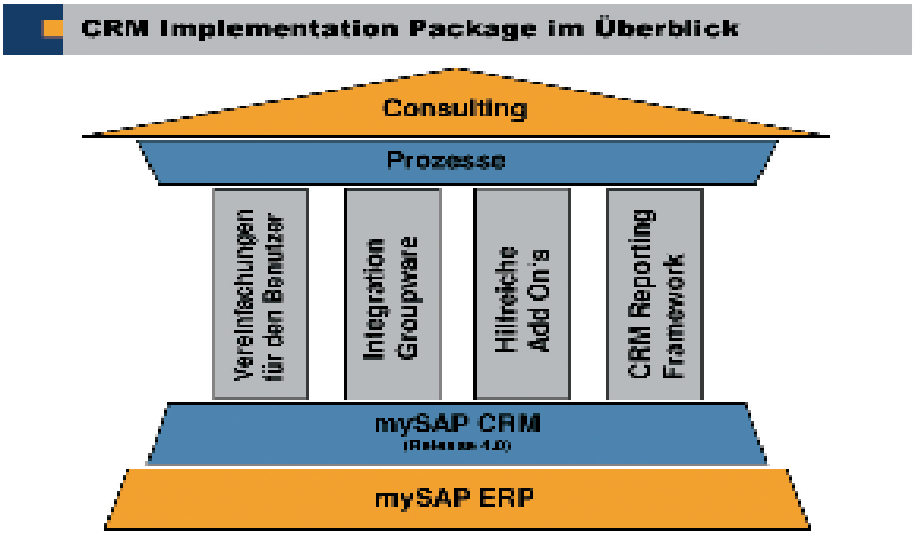
Rang 1 und Bestnote 1,77 beim „Kräftemessen im Dokumenten-Management“ von BARC und der Computerwoche.

Der SAP ArchiveLink Load Test bestätigt DOXiS mit über 560.000 Dokumenten / Stunde als leistungsfähigstes SAP Archiv.

SER Solutions Österreich GmbH • Internet: www.ser.at • E-Mail: wien@ser.at

CRM-Lösungspaket von SAP für Österreichs Unternehmen

SAP hat speziell für den österreichischen Markt gemeinsam mit Business Partnern ein CRM-Lösungspaket geschnürt. Das Ziel: Bis zu 50% kürzere Implementierungszeiten und -kosten.



SAP hat mit dem neuen Paket speziell den gehobenen Mittelstand im Auge, dem das mySAP CRM Implementation Package Austria zu einem raschen und kostengünstigen CRM-Einstieg verhelfen soll. Der Schwerpunkt der vorkonfigurierten Lösung liegt auf der Vertriebsseite. Ebenso integriert sind Analysemöglichkeiten, Groupware Integration und Außendienstanbindung.

Entwickelt wurde das Produkt von SAP in Kooperation mit Business Partnern. „Die Voreinstellungen wurden von SAP Österreich vorgenommen, daher reduziert sich die Einführungszeit um rund 50%", erläutert Christian Taucher, Pressesprecher von SAP Österreich. „Es wurden auch spezielle Software-Anpassungen gemacht, etwa im Groupware-Bereich."

Das Produkt basiert auf dem globalen Standard von mySAP CRM 4.0. Dadurch können die Unternehmen ihre CRM-Anwendungen jederzeit erweitern, beispielsweise für besondere Marketingaufgaben, E-Commerce-Anwendungen oder spezielle Features für Service und Support-Abteilungen.

Folgende Bereiche sind im mySAP CRM Implementation Package Austria bereits vorkonfiguriert:

- Geschäftspartnerdaten verwalten: einheitliche Firmendaten, durchgängige Kundenhistorie, Wettbewerbsinfos, verwalten der Office-Dokumente zu Geschäftspartnern u.a.;
- Aktivitätenmanagement: Kundenbesuche, Aufgabenverteilung;
- Vertriebsprojekte umsetzen: alle Informationen zu einem Vertriebsprojekt auf einen Blick, Stammdatenverbindung;
- Analyse - CRM Reporting Framework: Vertriebskennzahlen, Controlling von Aktivitäten, Zahlungsinformationen der Kunden;
- Groupware Integration: verfügbar für MS Outlook/Exchange und Lotus Notes; Mailablage, Terminaustausch;
- Online und Offline Vertriebsszenarien: Online-Zugriff über Browser, Notebook-Zugriff, Datensychronisierung.

mySAP CRM

mySAP CRM ist mittlerweile zu einem umfassenden und integrierten CRM System gereift, das alle Bereiche - Vertrieb, Service, Marketing, Internet-Selling, Mobile Sales und Analyse abdeckt.

Die CRM-Lösung unterstützt spezifische Kernprozesse in über 20 Branchen. Dabei nutzt SAP ihre langjährige Erfahrung sowie die enge Zusammenarbeit mit führenden Unternehmen unterschiedlicher Wirtschaftszweige. mySAP CRM lässt sich nahtlos mit den SAP-Branchenlösungen, wie zum Beispiel SAP for Automotive, integrieren. Unternehmen erhalten auf diese Weise eine umfassende Lösung, die CRM-Kernprozesse und branchenspezifische Abläufe durchgängig verbindet.

Die weitreichenden Integrationsmöglichkeiten von mySAP CRM unterstützen den gesamten Prozess der Kundenbetreuung und ermöglichen die direkte Anbindung an Softwarelösungen für Supply Chain Management (SCM) oder Product Lifecycle Management (PLM).

mySAP CRM basiert auf der Integrations- und Applikationsplattform SAP NetWeaver. SAP NetWeaver ermöglicht die Integration von Personen, Informationen und Geschäftsprozessen über Technologien und Unternehmen hinweg. Damit arbeitet mySAP CRM auf einer offenen und flexiblen Service-Architektur, die sowohl SAP- und Fremdanwendungen als auch andere gängige Industriestandards wie Microsoft .NET, IBM WebSphere und J2EE unterstützt und die virtuelle Zusammenarbeit ermöglicht.

Die strategische Ausrichtung und der Funktionsumfang von mySAP CRM basieren auf vier konzeptionellen Säulen:

- Branchenspezifisches CRM: Unterschiedliche Branchen haben unterschiedliche Anforderungen an kundenspezifische Geschäftsprozesse. mySAP CRM bietet durchgängige Geschäftsprozesse, zugeschnitten auf die Anforderungen der Industriezweige.
- Integriertes CRM (Connected CRM): mySAP CRM sorgt für die durchgängige Integration aller kundenorientierten Geschäftsprozesse im Unternehmen.
- Anwenderorientiertes CRM (People-Centric CRM): Als portalbasierte Lösung soll mySAP CRM eine schnelle Akzeptanz bei Anwendern gewährleisten, denn Firmen können ihren Mitarbeitern Inhalte personalisiert und aufgabenbezogen zur Verfügung stellen.
- Unternehmensübergreifendes CRM (Collaborative CRM): Die Lösung eröffnet Kunden, Partnern und Mitarbeitern die Möglichkeit, Informationen und Prozesse über Unternehmensgrenzen hinweg gemeinsam zu nutzen.

http://www.sap.at

CRM für KMU

In modernen Marketingkonzepten erlangt die strategische und systematische Kundenbindung immer größere Bedeutung. Die CRM-Lösung Relaris stellt den Analyseprozess der Daten für die Optimierung des Kundenmanagements in den Vordergrund.

Nur wer seine Bestandskunden mit ihren Interessen und Erwartungshaltungen kennt, hat Chancen, seine Kundenbasis auszubauen und seine Kunden optimal zu betreuen. Mit der CRM-Lösung Relaris entwickelte Sphinx IT Consulting ein CRM-Tool, das den Analyseprozess der Daten für die Optimierung des Kundenmanagements in den Vordergrund stellt.

Relaris ist für Klein- und Mittelunternehmen optimiert. Darüber hinaus gibt es verschiedene explizite Branchenlösungen wie z.B. für Dienstleister oder für Bauträger. Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen setzen auf die CRM-Lösungen von Sphinx - sei es die ÖAG Handelsbeteiligungs AG, die Delphi Software Ges.m.b.H., die Call Center und Marketing GmbH De Facto oder auch die Wopfinger Baustoffindustrie GmbH.

Relaris ist modular aufgebaut. Dadurch ist die exakte Anpassung der einzelnen Funktionen an die jeweiligen Erfordernisse des Anwenders möglich. Im Mittelpunkt steht eine zentrale, strukturierte Kundendatenbank. Hier werden alle Informationen abgelegt. Relaris unterscheidet dabei zwischen zwei Arten von Informationen:

- Standard-Informationen, deren Struktur vordefiniert ist.
- Informationen, deren Struktur frei definiert werden kann.

Die vordefinierten Informations-Strukturen von Relaris bestehen nicht nur aus Firmen-, Adress- und Personenstammdaten, sondern beinhalten darüber hinaus noch eine Fülle von Zusatzinformationen, wie z.B. Kommunikationsmittel und -nummern, Qualifikationen zur Grobsegmentierung als auch Kennzahlen für die flexible wertemäßige Beurteilung eines Unternehmens. Diese Standard-Informationen ermöglichen eine rasche Implementierung von Relaris in kundenanbindungsspezifische Arbeitsprozesse.

Unternehmensspezifische Anforderungen können mittels Business Information Builder ohne Programmierkenntnisse frei definiert werden. In der webfähigen Version von Relaris kann jede/r Relaris-Benutzer/in über einen Webbrowser in das CRM-System einsteigen. Die damit erhöhte örtliche Flexibilität ist ein wesentlicher Vorteil gegenüber einer reinen Client-Server Architektur. Der Kunde entscheidet, ob er Relaris als Client-Server, als Web-Version oder auch mit beiden Versionen nutzen möchte.

http://www.sphinx.at

Tally Genicom bietet außergewöhnlichen Service. Sie haben Drucker, Sie erwerben bei TallyGenicom Toner und **erhalten kostenlos** dazu:

SERVICE for SUPPLIES

- Telefonischen Support
- Service vor Ort
- Alle Ersatzteile (optional)

TallyGenicom®
> Power to Print

Überzeugen Sie sich selbst: Telefon 01-863 40-224 – 1230 Wien, Eduard-Kittenberger-Gasse 95B – www.tallygenicom.at – info@tallygenicom.at

Was wollen Unternehmen mit CRM erreichen und wie misst man den Erfolg von CRM?

Thomas Elssenwenger

Ziele von CRM: Strategisches CRM zur Steigerung des Kundenwertes

Hinterfragt man die Zielsetzung einer CRM-Strategie, bekommt man Antworten wie „die Kundenzufriedenheit zu verbessern". Welchen Einfluss hat nun Kundenzufriedenheit auf den nachhaltigen Unternehmenserfolg? Einen positiven, würde man meinen. Kann sein, muss aber nicht sein, wie Studien renommierter Autoren wie auch Praktiker-Berichte belegen. Daher sollte man sich vor der Realisierung einer CRM-Lösung zunächst die Frage nach dem Wozu stellen.

Auch Zielsetzungen wie „die individuellen Bedürfnisse des Kunden möglichst schnell und bedarfsgerecht zu befriedigen" oder „durch Beziehungsaufbau den Umsatz zu erhöhen" greifen zu kurz, da es sich im ersteren Fall maximal um ein Sub-Ziel handelt und die zweite Zielsetzung zu unspezifisch ist. In allen Management-Bereichen wird mit klaren überprüfbaren Zieldefinitionen gearbeitet, wo im Bedarfsfall gegengesteuert werden kann. Warum sollte dies bei CRM anders sein?

Strategische Zielsetzung von CRM ist die Erhöhung des Kundenwertes, des sogenannten Customer Lifetime Value, des Unternehmens. Der Customer Lifetime Value gewinnt immer stärker an Bedeutung, da dabei der Ertrag nicht statisch für ein Jahr, wie etwa der Gewinn, sondern dynamisch über die durchschnittliche Lebensdauer eines Kunden betrachtet wird.

Miss´ es oder vergiss´ es!

Der Customer Lifetime Value, kurz CLV, ermöglicht die Betrachtung aus dem Blickwinkel des wichtigsten Assets eines Unternehmens - die Summe der Kundenerträge. Durch die Messbarkeit ist es möglich, den CLV in den Unternehmenszielen zu verankern. Dadurch lassen sich Investitionen in Kundenbindungsmaßnahmen wesentlich besser einschätzen und bewerten.

Der Wert ergibt sich aus den kumulierten diskontierten Deckungsbeiträgen der Kunden über die durchschnittliche Beziehungsdauer. In der Praxis benötigt man zur Berechnung eine eindeutige Kunden-Identifikation (ID) pro Kunde sowie die jeweils zugeordneten Umsätze und Deckungsbeiträge der letzten Jahre, die aus vorhandenen ERP- bzw. CRM-Systemen oder aus der Auftragsabwicklung übernommen werden.

Hauptertragstreiber

Die wichtigsten Einflussfaktoren auf den Customer Lifetime Value sind Rentabilität und Dauer der Kundenbeziehung. Während die Bedeutung der Kundenrentabilität klar ist, ist nur wenigen Unternehmen bekannt, welchen enormen Einfluss eine Verbesserung in der durchschnittlichen Dauer der Kundenbeziehung hat. Spätestens nach dem ersten Internet-Hype, wo auf „Teufel-komm-raus" Kunden akquiriert wurden, die aber aufgrund der kurzen Kundenbindung nie einen positiven Kundenwert erwirtschafteten, findet hier eine Sensibilisierung statt. Nochmals: Zufriedene Kunden sind schon wichtig, vor allem jene, die für den Unternehmenserfolg relevanten. Kundenzufriedenheits-Messungen können aber durch viele Einflussfaktoren verzerrt werden und lassen keinen direkten Schluss auf die tatsächliche Kundenbindung zu. Der Cartoon, wo der Chef seine Belegschaft zur

„Customer Lifetime Value gewinnt immer stärker an Bedeutung, da dabei der Ertrag nicht statisch für ein Jahr, wie etwa der Gewinn, sondern dynamisch über die durchschnittliche Lebensdauer eines Kunden betrachtet wird." - Mag. **Thomas Elssenwenger**, Geschäftsführer der Loyaltix Consulting, http://www.loyaltix.at

Steigerung der Kundenzufriedenheit im sechsten aufeinander folgenden Quartal beglückwünscht und in die Runde fragt, ob ihm dann jemand erklären könne, warum dann die Umsätze so drastisch einbrechen, zeigt hier das Problem. Im Gegensatz dazu bietet die Messung der Kundenbindung und des Customer Lifetime Value hier einen objektiven und auf Fakten beruhenden Wert.

Die wichtigsten Kundensegmente

Eine segmentbezogene Vorgangsweise zur CRM-Zieldefinition bietet sich an, basierend auf Ertrag und Potenzial eines Kunden. Im Gegensatz zur umsatzbasierten ABC-Analyse, die statisch (Betrachtungsdauer beschränkt auf ein Jahr) und vergangenheitsorientiert ist, bietet hier das sogenannte „Benefit Segmenting" eine ertrags- und zukunftsorientierte Segmentierung des Kundenstamms. Jene Kunden sind zu fokussieren, die den Kundenwert am stärksten beeinflussen. Hierbei werden die Kunden aufgrund ihres Kundenwertes in klar abgrenzbare Segmente unterteilt. Benefit Segmenting bildet dabei 100 % des Kundenstammes ab und lässt sich flexibel auf das jeweilige Unternehmen oder eine Branche anpassen. Dadurch ist es möglich, verschiedene Segmente gemäß Ihrer Bedeutung für das Unternehmen unterschiedlich zu betreuen und den Einsatz des Marketing- und Vertriebsbudgets zu optimieren.

Folgende Segmente können so abgegrenzt werden:

- **Most Valuable Customers** (MVC): Die wertvollsten Kunden des Unternehmens - geringe Kundenzahl, aber hoher Einfluss auf den Unternehmenserfolg; entsprechen den A-Kunden
- **Most Growable Customers** (MGC): Die wachstumsstärksten Kunden hinsichtlich Ertrag - noch keine MVCs, haben aber das Potenzial dazu
- **Above Zero Customers** (AZC): Der Großteil der Kunden - geringer, aber positiver Kundenwert pro Kunde
- **Below Zero Customers** (BZC): Wertvernichtende Kundenbeziehungen - diese Kunden generieren einen negativen Kundenwert

Zielsetzung pro Segment

Die Verbesserung der Kundenbindung ist nicht für alle Benefit Segments gleich bedeutend. Während aufgrund der Bedeutung der „Most Valuable Customers", die oft 70 % und mehr zum Kundenwert eines Unternehmens beitragen, eine Verbesserung der Kundenbindung oberstes Ziel ist, kann dies bei den „Below Zero Customers" sogar zu einer Verschlechterung des Kundenwerts führen.

Für die „Most Growable Customers", die hohes Potenzial aufweisen, ist der Share of Wallet - der eigene Anteil am „Geldbörsel" (Einkaufsvolumen) des Kunden - der wichtigste Ertragstreiber, den es zu erhöhen gilt, etwa durch die Erschließung von Up- und Cross-Selling-Potenzialen. Die „Above Zero Customers", die oft den Großteil des Kundenstamms bilden, werden des öfteren kundenwertmäßig überschätzt, was zu einem zu hohen Anteil am Marketing- und Vertriebsbudget im Vergleich zum CLV dieses Segments führt.

Die Berechnung des Customer Lifetime Value dieser Segmente erlaubt es, entsprechende Ziele und Strategien zur Maximierung des Gesamt-Kundenwertes abzuleiten. Hinterfragbar sind etwa die Kundenbeziehungen mit „Below Zero Customers". Nicht der Kunde, sondern die Kundenbeziehung ist negativ, die man - unter Abwägung möglicher Konsequenzen - optimieren kann. Der Internet-Buchversand Amazon versandte Bücher ohne Mindestbestellwert portofrei. Durch viele nicht kostendeckende Kleinbestellungen führte dies zu einem hohen Anteil an Below Zero Customers. Nachdem ein entsprechender Marktanteil gewonnen wurde, erzielte Amazon mit der Einführung eines Mindestbestellwertes für eine kostenfreie Zustellung eine schlagartige Reduzierung dieses Segmentes.

Systematische Kundenwertorientierung

Die Entwicklung jener Unternehmen, die ihr Unternehmen konsequent auf die Kundenwertsteigerung ausgerichtet haben und ihr Marktumfeld sukzessive schlagen, gibt diesen recht. Ein auf Kundenwert ausgerichtetes CRM ermöglicht diese positive Entwicklung. Systematische Unterstützung bei dieser Zielerreichung, etwa das durch unabhängige Unternehmensberatungen vertriebene Tool Loyaltix, helfen bei der langfristigen Zielerreichung. ❑

Neue Version von Oracle CRM

Oracle hat die neueste Version seiner CRM-Applikationen präsentiert.

Die neuen Versionen von Oracle Sales, Oracle Marketing, Oracle Partner Relationship Management und Oracle e-Commerce 11i.10 zielen darauf ab, den Verkaufserfolg mittels verbesserter Abstimmung, Effektivität und Kollaboration zu steigern.

Der Verkaufprozess hat Auswirkung auf alle Bereiche eines Unternehmens. Für ein effizientes Vertriebsmodell müssen die verschiedenen Abteilungen innerhalb des Unternehmens auf die gleichen Ziele hin arbeiten, die beteiligten Teams direkten Zugang zu Unternehmensinformationen haben, und es muss eine Zusammenarbeit und die Koordination aller Kanäle gewährleistet sein.

„Mit Oracle 11i.10 erreichen die Oracle CRM Anwendungen die nächsthöhere Stufe der CRM Funktionalität - weg von Silo-Automation, hin zu Geschäftsprozessen", erläutert Mary Wardley, Research Vice President CRM Applications bei IDC.

http://www.oracle.at

Unternehmensweites Business Intelligence auf einer Plattform

Ad-Hoc Abfragen
Statistik und Mining
Enterprise Reporting
Cube Analysen
Infoverteilung

www.microstrategy.de
Telefon +49 (0) 2203/107-0

MicroStrategy
Best In Business Intelligence

Update Architects Council

Neben Technologie-Talk rund um Mobility im Hause Update konnte man auf der VIP-Kunden-Veranstaltung des CRM-Spezialisten auch Einblicke in künftige Produktgenerationen erhalten.

Andreas Roesler-Schmidt

Mobilfunkbetreiber müssten Services als mobile Infrastruktur anbieten, nicht Technologie (Bild: Mobilkom Austria)

Update hält in regelmäßigen Abständen Konferenzen mit seinen wichtigsten Kunden, um sich über aktuelle Technologien und Themen auszutauschen. „Es geht dabei nicht darum, einfach neue Produkte zu präsentieren", erzählt Marketing-Chef Torsten Preissler. „Wir wollen auch bei neuen Technologien sehen, wie sehr sich Kunden dafür interessieren, welche Wünsche sie haben und nehmen auch gerne Anregungen in unsere Entwicklung auf." Beim diesjährigen „Architects Council" ging es um das Thema „Mobility" und die Zukunft von Mobile CRM. Neben den Top-Kunden aus der Pharmabranche und anderen CRM-intensiven Bereichen konnte der Monitor an dieser Veranstaltung teilnehmen. Gastredner Maziar Khosravipour, Head of Business Solutions Mobilkom Austria, sprach in seinem Vortrag nicht über Produkte, sondern beschäftigte sich grundlegend mit den Möglichkeiten die Mobile Technologie Unternehmen bringen kann, aber auch mit den Einschränkungen und den Hindernissen am Weg zu mobilen Anwendungen. „Es geht nicht um die Technologie, GPRS und so weiter, sondern um Mobilität. Sicher zählen die technischen Probleme zu den größten Schwierigkeiten, die mit mobilen Applikationen auftreten. Aber nicht nur die Technik bietet Herausforderungen."

Die meisten Unternehmen starten mit den üblichen Mobile Office-Anwendungen, also E-Mail und Personal Information Management für unterwegs. „Es ist sehr leicht, Mobile Workern zu erklären, welche Vorteile das bringt. Dahinter stehen robuste und bekannte Anwendungen wie Notes Server."

Wie schwierig es ist, Unternehmen die Vorteile von weiteren mobilen Anwendungen zu zeigen, erzählt Khosravipour anhand eines Beispiels: „Wir waren bei einer Brauerei um Mobile CRM vorzuführen. Die waren sehr interessiert an der Präsentation und wirklich überzeugt vom Nutzen. Als wir über Mobility sprachen, sagten sie: ‚Nein, wir wollen diese CRM-Anwendung bekommen. Wir arbeiten bisher auf Papier'. Das Problem war nicht, ihnen mobilen Zugang zu verschaffen, sondern überhaupt ein CRM-System zu installieren. Sie waren überrascht über die Möglichkeiten davon und wollten eine CRM-Lösung - was leider nicht unser Geschäft ist."

Neben mangelhaften Vorraussetzungen sind auch rechtliche Fragen oft ein Hindernis für mobile Anwendungen - ist eine Bestellung, die über den PDA eines Verkäufers einlangt ausreichend, oder muss der Kunde ein Stück Papier unterschreiben?

Daneben gibt es natürlich auch Schwierigkeiten mit der mobilen Infrastruktur. Es sei einfach nicht wahr, dass man überall hingehen und Zugang haben kann. Jede Technologie habe ihre Grenzen. Mobilfunkbetreiber müssten Services als mobile Infrastruktur anbieten, nicht Technologie. Bei den technischen Hindernissen nimmt Khosravipour dann auch das eigene Unternehmen nicht aus: GPRS, Edge, UMTS - diese Technologien seien eben nicht überall und immer und in ausreichender Bandbreite verfügbar, nennt er ein Beispiel: „In dieser Funkzelle, in der wir uns gerade befinden, gibt vier GPRS-Slots. Wenn jetzt jeder in diesem Raum sein mobiles Gerät benützt und ins Internet geht, wird es genau für die ersten vier funktionieren. Danach ist Schluss. Es ist nicht möglich mehr als vier Slots überall in Österreich bereitzustellen, nur für den Fall, dass zehn Personen gleichzeitig Zugang benötigen."

Die nächste Generation

Neben dem allgemeinen Austausch zu mobilen Technologien, wurde auch ein Einblick in die kommende Produktgeneration des Mobilen CRM - update.pda - gegeben. Schließlich will Update nicht nur die Meinung seiner wichtigsten Kunden zu neuen Trends hören, sondern auch frühzeitig Feedback in die Entwicklung des Produkts einfließen lassen.

Die Version 4.0 von update.pda wird mit einem neuen User-Interface glänzen, das unter anderem in den Today View des Pocket PCs integriert ist. Suchen können off- und online erfolgen: Findet man etwa bestimmte Daten nicht am Gerät gespeichert, so kann man am Server weitersuchen und die relevanten Ergebnisse drahtlos auf das Gerät laden. Neu sind ebenfalls eine Unterschriften-Funktion sowie eine verbesserte Outlook-Integration.

http://www.update.com

TaskManagement als Erfolgsfaktor für Customer Relationship Management

Erfolgreich realisierte Projekte, die ihre gesteckten Ziele weitestgehend erreicht haben und mit denen nicht nur die Initiatoren und Betreiber, sondern auch die Anwender und Kunden zufrieden sind, halten sich in engen (30%) Grenzen.

Eugen Krammer war langjährig erfolgreich als Manager eines internationalen IT- und Kommunikationsunternehmens tätig. Seine beruflichen Erfahrungen im kundennahen Projektmanagement veranlassten ihn zur Entwicklung des Berufsbildes TaskManager und zur Gründung der Austrian TaskManagement Group (*ekrammer1@gmx.at*)

Wenn man den zeitlichen, personellen und finanziellen Aufwand bedenkt, der den Unternehmen bei der Projektrealisierung entsteht und diesen mit der Erfolgsquote in Relation setzt, wird klar, warum sich eine „Projektscheu" entwickelt, die prohibitiv auf die Entwicklung der Wirtschaft wirkt. Besonders betroffen sind Projekte wie **CRM**, die nicht nur der Verbesserung und Optimierung bestehender Systeme (Business reengineering) dienen, sondern innovativen und systemverändernden Charakter haben.

Der Erfolg von CRM liegt nicht primär in der Erfassung kundenrelevanter Daten und einer Neugestaltung der Information und Kommunikation, sondern in der Nutzung der daraus erwachsenden Erkenntnisse zum Nutzen der Kunden und zum längerfristigen Vorteil des sich organisch-ökonomisch „verändernden" Unternehmens.

Die Erklärung, das (von Dritten) erstellte CRM-Konzept sei nicht oder nur mit großen Abstrichen realisierbar, erweist sich in aller Regel als eine Schutzbehauptung. Der eigentliche Engpass liegt in der zügigen und professionellen Umsetzung des Konzeptes mit engagierten Mitarbeitern unter Anleitung eines von der Projektidee überzeugten Managements.

Dazu ist eine quantitativ und qualitativ ausreichende Personalressource notwendig, die neben dem „Tagesgeschäft" meist nicht freigespielt werden kann. Hier wird der Ruf nach „umsetzenden Dritten" laut, die möglichst kurzfristig, kompetent und kostengünstig auf Projektdauer einspringen.

Während für die Analyse- und Konzeptphase das breite Angebot der spezialisierten Unternehmensberater zur Verfügung steht, fehlte bisher die operative Ressource für Umsetzung und Pilotbetrieb. Dabei sind ähnliche Qualitäten wie die der internen Führungskräfte und Mitarbeiter gefragt, ergänzt um Eigenschaften, die sich nur außerhalb eines klassischen Anstellungsverhältnisses entwickeln. Dazu zählen professionelle Projektorientierung, externes Markt-Know-how, eine Außensicht der Projekte und die notwendige Objektivität und Unabhängigkeit, um sich von Sachzwängen der bestehenden Organisation nicht vereinnahmen zu lassen. Wenn der Zwang zur „internen Karriere" entfällt, wird der Wille zur Veränderung und gleichzeitig die Loyalität zum Projekt und seinen Zielen gestärkt.

Diese Qualitäten und Leistungen erbringen externe **TaskManager**, die seit langem unter diversen Bezeichnungen (Werkvertragnehmer etc.) - nicht jedoch in organisierter Form mit einfachem Zugang zu Angebot und Nachfrage - verfügbar sind.

Die Austrian Taskmanagement Group **ATMG GmbH**, ein innovatives Unternehmen mit maßgeblicher Beteiligung der Sozialpartner WKÖ und GPA bietet mit ihrer Plattform (**www.atmg.at**) den Zugang zu 650 qualifizierten TaskManagern, die als selbständige Auftragnehmer (mit Gewerbeschein) mit ihren Auftraggebern einen definierten Vertrag auf Zeit abschließen und kurzfristig operativ tätig werden.

Sie weisen eine entsprechende berufliche Erfahrung auf, haben in vielen Fällen auch internatonale Praxis (Fremdsprachen, Kontakte, Landeskenntnisse) und sind für unterschiedliche Aufgaben, Branchen, Märkte und Länder verfügbar.

Tickets für „Jedermann“

JET Ticket von Data Systems Austria bei den Salzburger Festspielen: CRM ist dabei ein zentrales Instrument.

Salzburg ist anders. Wird bei Kulturveranstaltern üblicherweise das Gros der Karten nach dem Motto „first come, first served“ an anonyme Kunden vergeben, so steht bei den Salzburger Festspielen die individuelle Betreuung der vielen Stammkunden an oberster Stelle. Eine Marketingmaßnahme, die sich bezahlt macht.

Die Salzburger Festspiele zählen zu den bedeutendsten und traditionsreichsten Kulturbetrieben der Welt. In der Saison 2004 standen rund 180 Veranstaltungen in den Sparten Oper, Schauspiel und Konzert auf dem umfangreichen Programm, das die Klassiker und die großen Namen ebenso enthält wie Neues, Ungesehenes und Ungehörtes.

Für das Kartenbüro besteht die Herausforderung in der Bewältigung von 25.000 Erstbestellungen unter hohem Zeitdruck. Mehr als 80% der 215.000 Karten werden über den Vorverkauf abgewickelt und müssen innerhalb von zwei Monaten von Anfang Jänner bis Ende März nach einem höchst komplexen Raster zugeteilt werden. Neben den vier Hauptsponsoren, die jeweils Vorzug haben, werden der Reihe nach zuerst die Kartenwünsche der 2000 Förderer, dann der Abonnenten, und dann der „Normalkunden“ berücksichtigt. Aber auch bei dieser Zielgruppe wird sehr genau darauf geachtet, dem Publikum Gerechtigkeit widerfahren zu lassen. Einem Stammkunden wird seine Treue natürlich belohnt, Kunden die schon länger in der Warteschlange z.B. für eine Jedermann-Aufführung warten, werden bevorzugt. Gäste aus dem fernen Ausland, die allein schon in die Anreise viel Geld investieren, dürfen natürlich auch nicht enttäuscht werden.

Customer Relationship Management auf Basis der umfangreichen Kundendatei ist somit das zentrale Instrument des Kartenbüros der Salzburger Festspiele. Herr Dr. Andreas Vrtal, Leiter des Kartenbüros, hat bei der IT-Entscheidung daher auch besonderes Augenmerk auf die Abbildung der Kunden-History gelegt. „Bei JET Ticket von Data Systems Austria ist die ausgefeilte Kundendatei ein großes Plus und war einer der Entscheidungsgründe für dieses System.“

„Das Ticket Team ist verlässlich und engagiert. Wir haben auf den richtigen Partner gesetzt!“ - Dr. **Andreas Vrtal,** Leiter des Kartenbüros der Salzburger Festspiele

Überzeugt haben neben dem CRM-Modul unter anderem auch die benutzerfreundliche Saalbilddarstellung für die Abbildung der über 30 unterschiedlichen Produktionen in 12 verschiedenen Spielstätten. „Unsere Ferialpraktikanten sind nach kürzester Einschulzeit in der Lage das System zu bedienen, berichtet Frau Mag. Johanna Leiner, die stellvertretende Leiterin. „In der Buchungsphase wird

JET Ticket aufs Äußerste gefordert. Da ist man auf ein wirklich stabiles System angewiesen. Das System muss uns optimal unterstützen. Zum Beispiel muss der Umstieg von einer reservierten Vorstellung auf eine andere auf Knopfdruck funktionieren.“

Selbstverständlich musste auch auf individuelle Wünsche der Salzburger Festspiele flexibel eingegangen werden, um die besonderen Gesetzmäßigkeiten eines Festivals optimal abzubilden. Auch die Salzburger Kartenbüros Polzer und Ticket Shop, die ebenfalls diese Lösung im Einsatz haben, rufen die für sie reservierten Kontingente online ab.

Insgesamt wird die Betreuung durch das Ticket-Team von Data Systems Austria sehr positiv beurteilt. Die regelmäßigen Anwendertreffen, wo sich mittlerweile die crème de la crème der Kultur- und Sportveranstalter Österreichs trifft, bieten eine Plattform für die Präsentation aktueller Softwareerweiterungen und die Diskussion zu strategischen Innovationen.

http://www.datasystems.at

Mesonic WINLine Web CRM

Mesonic stellt eine neue Version seines CRM-Systems vor.

WINLine Web CRM I soll vor allem Unternehmen ansprechen, die schnell und unkompliziert die Vorteile eines CRM-Systems nutzen möchten. CRM I ist die „kleinere“ Version vom bereits drei Jahre am Markt verfügbaren WINLine Web CRM II. Das prozessorientierte Web CRM I ein einfach bedienbares Instrument um Kunden- und Interessenteninformationen zu verwalten. Es ermöglicht den Online-Zugriff auf alle kundenrelevanten Informationen innerhalb jeweiligen Konten. Jedem Konto können dabei kundenrelevante, frei definierbare Einträge hinterlegt werden. Ein ausgefeiltes Berichtswesen sorgt dafür, dass sämtliche Informationen und Daten in eigenen Auswertungen, den so genannten „Reports“, ausgegeben werden.

Wie bereits das große CRM-System, ist auch die kleinere Version vollständig in die ERP-Software WINLine integriert. Auf diese Weise reduziert sich die Datenpflege auf ein Minimum. Das Produkt soll vor allem Unternehmen ansprechen, die die Vorteile eines CRM-Systems ohne lange Vorlaufzeit in Anspruch nehmen wollen.

Auf der Systems in München ist Mesonic in Halle A1, Stand 330 vertreten.

http://www.mesonic.at

Verbesserte Office-Integration für Microsoft CRM

Microsoft hat mit einem Feature Pack die Integration von Microsoft CRM mit Microsoft Office 2003 optimiert.

„Gerade kleine und mittelständische Unternehmen sollen mit unserer Lösung ihre Vertriebseffektivität steigern und einen konstanten und effizienten Kundenservice bieten können." - **Markus Breyer,** Leiter Microsoft Business Solutions Österreich.

Außerdem enthält das Feature Pack das neue Microsoft CRM Redeployment Tool für Systemadministratoren und das Microsoft CRM Reporting Plus Pack. Die erweiterten Funktionen fördern einen engeren Informationsaustausch der Microsoft-Anwendungen untereinander und erleichtern die Team-übergreifende Zusammenarbeit innerhalb eines Unternehmens.

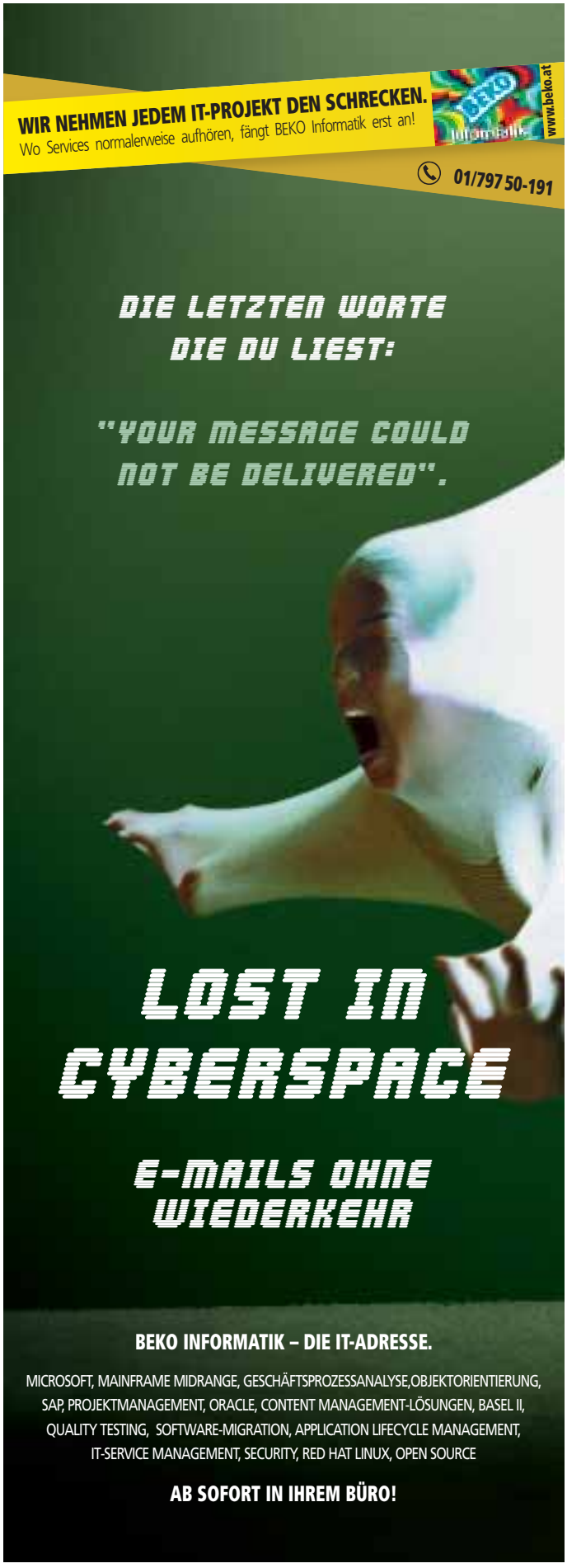
Die verbesserte Integration von Microsoft Office 2003 und Microsoft CRM basiert auf dem neuen Microsoft Office Information Bridge Framework, einem Entwicklungstool, mit dessen Hilfe sich Integrationskomponenten für die beiden Microsoft-Anwendungen entwickeln lassen. Anwender können so beispielsweise Informationen aus Microsoft CRM abrufen, ohne dabei Microsoft Office 2003 verlassen zu müssen. Ein aufwändiges „Hin-und-Her"-Schalten zwischen den beiden Programmen entfällt damit; Entscheidungen können schneller getroffen werden.

Darüber hinaus arbeiten die beiden Lösungen mit den Windows SharePoint Services sowie dem Microsoft Office Solution Accelerator for Proposals (OSAP) zusammen. Damit können Unternehmen leichter aussagekräftige Angebote entwerfen und so diesen Prozess deutlich beschleunigen.

Vertriebsmitarbeiter haben über Microsoft Outlook sowohl online als auch offline vollständigen Zugriff auf die komplette Vertriebsfunktionalität von Microsoft CRM. In dem neuen Feature Pack ist eine Reihe von Erweiterungen enthalten, die die Performance der Offline-Synchronisation des Microsoft CRM Sales-Moduls mit Outlook verbessern. Außerdem wird die Installation der Software für Systemadministratoren mit dem neuen Microsoft CRM Redeployment Tool erleichtert. Eine bestehende Installation lässt sich in nur wenigen Schritten duplizieren und so beispielsweise von einer Testumgebung auf ein Produktivsystem überspielen.

Die neue Microsoft Office 2003-Integration soll im 4. Quartal 2004 in Deutsch verfügbar sein. Microsoft CRM wurde gezielt für kleine und mittelständische Firmen entwickelt, die durch eine professionelle und IT-gestützte Kundenbeziehungspflege ihre Produktivität steigern und ihre Kosten reduzieren wollen.

www.microsoft.com/austria/businessSolutions.



Gute Kundenbeziehungspflege kann sicher ein entscheidender Wettbewerbsvorteil sein - aber muss man sich diesen Wettbewerbsvorteil „um jeden Preis“ erkaufen? Gerade für KMU oder Abteilungen könnte es praktikabel sein, die benötigten Services ganz einfach anzumieten, statt viel Geld in CRM-Softwarelizenzen zu investieren.

Dominik Troger

CRM mieten?

Die CRM-Strategien der Unternehmen haben sich in den letzten Jahren verändert. Unternehmen suchen nicht mehr die „bestmögliche“ Lösung, sondern eine „vertretbare“ Lösung. „Es werden inzwischen kleinere, taktische CRM-Projekte bevorzugt. Man versucht eine vertretbare Investition in kleineren Schritten umzusetzen“, formuliert etwa Wolfram Funk, Senior Consultant bei der META Group, und stützt sich dabei auf eine neue Studie, bei der über 350 deutsche Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern befragt wurden.

Auch IDC, die bis 2008 von einem durchschnittlich jährlichen weltweiten CRM-Marktwachstum von 8,9% ausgehen, stößt ins selbe Horn. Mary Wardley, Vice President von IDCs CRM-Analystenteam sieht einen fundamentalen Wechsel von einem „optimistischen Einkaufen“ hin zu klaren ROI-Vorgaben und der Suche nach „Benefits“. „Im Glücksfall finden Anwender beides“, meint sie, „und die Vorstellungen der User und der Hersteller überdecken sich.“ Zugleich verschiebt sich, laut AMR Research, der Hauptfokus von großen CRM-Suiten auf einzelne Teilbereiche wie Kundenanalyse, Preismanagement oder gemietetes CRM auf ASP-(Application Service Providing)-Basis. Und Gartner hat prognostiziert, dass im Jahre 2006 25% der KMU bei ihren CRM-Aktivitäten in irgendeiner Form mit ASPs zu tun haben werden, 2002 lag dieser Wert noch bei 8%.

Was sind die Vorteile/Nachteile von Miet-CRM?

Beim Miet-CRM wird Browser-basiert auf Software und Daten zugegriffen, die der Anbieter in seinem Rechenzentrum bereithält. Unternehmen müssen sich keine Softwarelizenzen anschaffen. Bezahlt wird der Zeitraum der in Anspruch genommenen Leistung. Verträge sind relativ flexibel und schnell kündbar. Außerdem wird das IT-Personal entlastet, weil der On-Demand-Anbieter für Wartung, Updates und Supportleistungen verantwortlich ist.

Bei den Nachteilen sind sicher Punkte wie Back-Office-Integration und spezielle branchenspezifische Anforderungen als problematisch einzustufen. So können im Fertigungsbereich oder bei Industrieunternehmen im allgemeinen sehr rasch relativ komplexe Anforderungen auftreten. Für Stefan Holub, Leiter CRM Consulting SAP Österreich, ist es ein generelles Problem „von Hosting- und gehosteten Rental-Lösungen, dass das Customizing meist nur sehr eingeschränkt möglich ist. Hier sehen wir nur den Vorteil, dass die Implementierung vor Ort wegfällt.“ Peter Steidl, Geschäftsführer der die D-A-CH-Region bei Salesforce.com, einem der weltweit führenden CRM-Anbieter für gemietet CRM-Lösungen, sieht das natürlich anders und verweist auf die umfassenden Anpassungsmöglichkeiten von Salesforce.coms Enterprise-Lösung. Für ihn lassen sich die wichtigsten Vorteile von gehostetem CRM in drei Punkten zusammenfassen:

- die wesentlich geringeren Einstiegskosten im Vergleich zu „klassischen“ CRM-Projekten;
- das dadurch geringe Risiko, sollte sich die CRM-Philosophie eines Unternehmens nicht bewähren;
- die Zeitersparnis durch kürzere Implementierungszeiten.

Gibt es einen Trend zu „Miet“-CRM?

Es gibt - wie Studien zeigen - zumindest

eine zunehmende Bereitschaft bei den Unternehmen, nicht nur für „klassische" CRM-Projekte offen zu sein. Bereits 2003 haben hier die Aberdeen Group und Beagle Research entsprechende Daten geliefert. Laut Beagle ist dieser Markt inzwischen aus der Phase der „Early Adaptors" herausgewachsen. Aberdeen will im Zeitraum Jänner bis Juni 2003 eine dramatische Zunahme in der Akzeptanz von Mietlösungen bei Unternehmen festgestellt haben: von 52 auf 85%.

Interessant sind in diesem Zusammenhang auch die Zahlen, die jene eingangs zitierte Analyse des deutschen CRM-Marktes durch die META-Group vom ersten Halbjahr 2004 ausweist: Hier haben 17% der Unternehmen angegeben, bereits hosted Lösungen einzusetzen oder es zu planen. Analyst Funk ortet bei dieser Zahl allerdings einen großen Unsicherheitsfaktor: „Denn bei der Frage nach Anbietern in diesem Segment wurden auch Firmen genannt, die solche Lösungen überhaupt nicht im Portfolio haben. Hier hat es offenbar noch begriffliche Unklarheiten gegeben."

Aber auch der wirtschaftliche Erfolg des Miet-CRM-Anbieters Salesforce.com könnte ein Hinweis sein. Peter Steidl spricht von einer annähernden Verdoppelung der Kundenzahlen im Jahresrhythmus, zumindest für die „D-A-CH"-Region. „Wir haben derzeit bis zu 15 Neukunden im Monat", freut er sich und schwärmt von Marktwachstumszahlen, die jährlich bei über 40% liegen.

Österreich ist für Steidl allerdings noch „unterentwickelt". Zwar kann er mit dem Sprachlehrinstitut Berlitz auf eine klingende Referenz verweisen, aber bei insgesamt rund 20 Kunden gibt es noch viel Ausbaupotential. (International hat Salesforce.com nach eigenen Angaben 11.100 Unternehmen als Kunden, der Umsatz im 2.Quartal des laufenden Finanzjahres lag bei 40,6 Mio.US-Dollar.)

Wie „teuer" ist Miet-CRM wirklich?

Miet-CRM wird nach Zeitraum und Userzahl abgerechnet, zumindest bei Salesforce.com. Es gibt eine kostenlose Ein-User-Version für Freiberufler; die Team-Edition ist auf fünf User beschränkt und kostet 17 Euro/Monat pro Benutzer; die KMU-Ausgabe, „Professional Edition", kommt auf 70 Euro Monat/pro User; die Enterprise Edition auf 135 Euro Monat/pro User. (Alle Preise netto.) Je nach Edition ist auch der Funktionsumfang erweitet oder eingeschränkt. Die Enterprise Edition bietet umfassende Integrationsmöglichkeiten und unterstützt Firmengrößen mit 10.000

Aufwärtstrend

Der CRM-Markt im Aufwind? MONITOR sprach mit Wolfram Funk, Senior Consultant bei der META Group, über die aktuelle Entwicklung.

Die META-Group hat eine Studie zum deutschen CRM-Markt veröffentlicht, die über 350 Unternehmen mit mehr als 100 Mitarbeitern zum Thema CRM befragt hat. Nach dieser Studie geht es im CRM-Markt wieder aufwärts?
Ja, es gab im Anbietermarkt in den letzten zwei bis drei Jahren ein richtiges Tief, die Umsätze haben stagniert oder sind sogar zurückgegangen. Aber seit einem guten halben Jahr geht die Tendenz wieder nach oben. Einige Hersteller können schon ein Wachstum von 10 oder 20 Prozent gegenüber dem jeweiligen Vorjahresquartal aufweisen. Im CRM-Dienstleistungsbereich ist der Margendruck aber weiterhin sehr hoch.

Woher kommen die Wachstumsimpulse?

Wir rechnen damit, dass der deutsche CRM-Markt 2004 um 5,5 Prozent auf 1,1 Milliarden Euro wachsen wird. Von den befragten Unternehmen haben 29% CRM im Einsatz, 30% planen Erst- oder Folgeprojekte. Interessant ist auch, dass man inzwischen kleinere, taktische CRM-Projekte bevorzugt. Man versucht eine vertretbare Investition in kleineren Schritten umzusetzen, anstelle einer „bestmöglichen" Lösung. Auffallend ist auch der mit 28% immer noch hohe Anteil an Eigenentwicklungen.

Wie wird hier der Trend aussehen?

Bei den Eigenentwicklungen wird in den nächsten drei bis fünf Jahren sicher die Ablösung zugunsten von Standardlösungen vorherrschen. Das hat auch mit der zunehmend wichtiger werdenden Backend-Integration zu tun. Hier wird es immer schwieriger und aufwendiger, Eigenentwicklungen auf dem letzten Stand zu halten.

Haben ERP-Anbieter einen Vorteil, die mit integrierten CRM-Modulen aufwarten können?

Die einfache Integration in das ERP-System ist ein wichtiger Punkt und ERP-Systeme mit CRM-Komponenten werden von den Anwendern geschätzt.
Allerdings gibt es keine ERP- und auch keine CRM-Lösung, die in der Praxis alle Anforderungen abdecken kann. Deshalb wird es auch in Zukunft Platz für spezialisierte Nischenanbieter geben. Das kann sich auf bestimmte Branchen beziehen, auf analytisches CRM oder kollaboratives CRM mit der Einbindung von Call Centern.

„In Zukunft werden die Unternehmen den Integrationsgrad in allen relevanten Bereichen weiter erhöhen - insbesondere bei ERP und Business Intelligence." - **Wolfram Funk,** Senior Consultant bei der META Group

Wie beurteilen Sie den Markteintritt von Microsoft?

Wir haben in der Studie auch die spontane Bekanntheit von CRM-Anbietern nachgefragt und hier konnte sich Microsoft an dritter Stelle reihen; bei der Frage nach dem Image hat sich das Unternehmen aber nur im Mittelfeld platziert. Das hat sicher mit den geringen Praxiserfahrungen zu tun, der Markteintritt liegt ja erst wenige Monate zurück. Grundsätzlich könnte Microsoft CRM für Unternehmen interessant sein, die eine relativ pragmatische Lösung suchen, zum Beispiel für den kleineren Mittelstand oder kleinere Konzerntöchter. Aber hier muss man mit detaillierteren Aussagen noch zuwarten.

http://www.metagroup.de

Mitarbeitern. Die entscheidende Frage ist, ob die Mietkosten im Laufe der Zeit teurer kommen, als der Kauf entsprechender Softwarelizenzen. Gartner kommt in einer Studie vom Frühjahr 2004 zum Schluss, dass über drei Jahre gerechnet die Professional Edition von Salesforce.com teurer komme, als eine entsprechende Anschaffung von Microsoft CRM Professional (bezogen auf 171 CRM User und einfachen CRM-Anforderungen). Auch Wolfram Funk von der META Group schätzt drei Jahren als Zeitraum ein, ab dem die Kosten der ASP-Lösung zumindest gleich oder höher liegen könnten als eine Lizenzanschaffung.

Die in Frankfurt/Main beheimatete Soreon Research hat im Frühjahr in einer Studie Salesforce.com gegen „herkömmliche" CRM-Anbieter antreten lassen. Untersucht wurde hier ebenfalls ein Zeitraum von drei Jahren. Die TCO-Berechnungen ergaben bei einem typischen Mittelständler einen Kostenvorteil von 66% zu Gunsten der On-Demand-Lösung „Team-Edition" von Salesforce.com. Die Inhouse-Lösung ACT! von Sage wurde aufgrund der Einführungskosten und des Administrationsaufwandes als deutlich teurer bewertet. Bei einem Großunternehmen, in dem 200 der 2000 Mitarbeiter mit einer CRM-Anwendung arbeiten, wurden über 30% Einsparungen durch die „Professional Edition" von Salesforce.com ermittelt. Verglichen wurden hier die Kosten mit der „Professional Edition" von Siebel als Kaufversion. Entscheidend sind wiederum die geringeren Ausgaben für Administration, Support, Training und Einführung für die On-Demand-Software.

Klarheit schafft natürlich auch diese Studie nicht. Wenn Melanie Henk, Analystin bei Soreon, zur Auffassung kommt, dass „Software-on-Demand in vielen Bereichen der Inhouse-Software-Konkurrenz die Stirn bieten kann", dann sollte man daraus noch keine allgemeine Empfehlung ableiten. Der jeweilige Einzelfall macht den Unterschied.

Unruhe im Markt

Die offensichtliche Akzeptanzsteigerung für „Miet"-CRM zeigt sich auch an den verstärkten Bemühungen des CRM-Spezialisten Siebel, selbst im Hosted-Segment Fuß fassen zu wollen. Siebel hat im Frühjahr sein Produkt CRM OnDemand in Europa gelauncht. Mike Betzer, Vice President and General Manager, OnDemand Products, meinte zum Europastart selbstbewusst, es handle sich um „einen Meilenstein, der CRM für alle, für Unternehmen jeder Größe, jeder Industrie, überall und in jeder Sprache" möglich machen werde. Da Siebel das „große Geld" bisher im Lizenzgeschäft verdient hat, sind die Analysten jedoch skeptisch. Auch bei SAP, inzwischen weltweiter CRM-Marktführer, gibt man sich über dieses Engagement von Siebel gelassen. „Für einen gesamtheitlichen Auftritt in Europa mit diesem Konzept fehlen zum Beispiel Länderversionen und ein entsprechendes Partnernetzwerk", analysiert SAP CRM-Consulter Stefan Holub.

„Wir haben derzeit bis zu 15 Neukunden im Monat." - **Peter Steidl**, Geschäftsführer der D-A-CH-Region bei Salesforce.com

Aber auch Microsofts Eintritt in den CRM-Markt sollte nicht übersehen werden. Microsofts zu Jahresbeginn präsentiertes CRM-Produkt zielt vor allem auf das KMU-Segment, das für ASP-basierte CRM-Lösungen besonders interessant zu sein scheint. Ob sich hier Microsoft einem erweiterten CRM-Aufgabenfeld stellen könnte? Von der technischen Seite wäre das durchaus möglich, betont Markus Breyer, Leiter des Bereichs Microsoft Business Solutions in Österreich, aber momentan sei das kein Thema: „Wir behalten diesen Bereich im Auge, aber die Nachfrage ist derzeit zu gering." ❑

Manager treffen Entscheidungen überwiegend intuitiv

Die meisten Führungskräfte in Unternehmen verfügen über keine ausreichende Datenbasis zur Unterstützung von Entscheidungsprozessen.

Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie von Business Objects, Anbieter für Business Intelligence Lösungen (BI) und Business Week Research Services. Demnach sind die Top-Entscheider in Europa und den USA zunehmend frustriert über die fehlende Verfügbarkeit und Qualität entscheidungsrelevanter Informationen und treffen über die Hälfte strategisch wichtiger Entscheidungen auf Basis von Erfahrungen und Intuition und nicht auf der Grundlage valider empirischer Daten.

Die Untersuchung macht deutlich, dass der suboptimale Zugang zu Informationen einerseits und der kontinuierlich steigende Entscheidungsdruck andererseits die Performance von Unternehmen zunehmend beeinträchtigen. Mangelhafte Entscheidungsqualität kann die Unternehmen Millionenbeträge kosten und die Position im Wettbewerb negativ beeinflussen. Besonders gefährlich wird es, wenn die schlechte Qualität der Daten gar nicht erkannt wird: Dann werden die Entscheidungen immer wieder falsch getroffen. 77% der befragten Führungskräfte kennen mehrere Beispiele von suboptimalen Entscheidungen auf Grund falscher Informationen.

Ein überwiegender Teil der befragten Top-Entscheider in Europa und den USA sieht einen direkten Zusammenhang zwischen Verfügbarkeit und Qualität von Informationen und der Gesamtproduktivität des Unternehmens. Erschwerend wirkt sich auch die Tatsache aus, dass Routineentscheidungen mit relativ geringem Beitrag zur Unternehmensperformance wegen fehlender oder schwer zugänglicher Datenbasis immer mehr Zeit beanspruchen.

Im Zuge der von Business Objects und BusinessWeek Research Services gemeinsam durchgeführten Studie wurden 675 Top-Entscheider in Europa und den USA über Informationsmanagement und Entscheidungsprozesse befragt. Die Studie, sowie Detailgrafiken für Europa und die USA, stehen als Download zur Verfügung: **http://www.businessobjects.com/factgap**

CRM mit neuem Gesicht

Kundenbeziehungen optimal managen

Unternehmen müssen ihre Kontakte und die Kommunikation mit Interessenten und Kunden auf eine optimale Basis stellen. Dabei lässt sich mit den klassischen Organisationsformen die große Vielfalt der Medien wie Fax, Internet, E-Mail, Telefon und persönlicher Kontakt kaum bewältigen.

Die Kanalisierung von Anfragen und Kundenwünschen in einem Call-Center kann beispielsweise ein erster Schritt auf dem Weg zu einer effektiven Organisation sein. Zugleich muss für die Unternehmen schnell erkennbar sein, welchen individuellen Weg sie zu den einzelnen Kunden einschlagen müssen und mit welchen Produkten sie profitabel wirtschaften können.

Alles in einem integrierten Paket

Das integrierte Customer Relationship Management (iCRM) im CSB-System fasst alle diese Anforderungen in einem softwaregestützten Paket zusammen:

- Verbesserte Pflege der Geschäftsbeziehungen
- Schnelle Informationen auf Knopfdruck
- Automatisierung von Marketingaktionen
- Effiziente Vertriebsunterstützung
- Transparente Erfolgsanalyse aller CRM-Aktionen

Von besonderer Bedeutung ist die hohe Integration in die ERP-Software CSB-System. Dadurch hat der Anwender gleichermaßen Zugriff auf alle warenwirtschaftlichen und Kunden-Informationen. Darüber hinaus ist die lückenlose Anbindung von Dokumentenmanagement und Archivierung gewährleistet.

Das integrierte Customer Relationship Management im CSB-System zeichnet sich durch eine einfache Bedienbarkeit aus. Die Kundenunternehmen sollen von einem individuell und flexibel konfigurierbaren System profitieren. Sie verfügen über eine einheitliche Plattform für Kommunikation, Termin- und Aufgabenverwaltung und können alle Kontakte mit den Geschäftspartnern online und real-time dokumentieren. Daraus ergibt sich ebenso eine Optimierung der Projektverwaltung und -dokumentation.

Viele leistungsfähige Features

Der CRM-Explorer ist das zentrale Instrument im CSB-eigenen Customer Relationship Management. Er ermöglicht einen transparenten Informationsfluss im gesamten Unternehmen. Auf ERP-Daten wie etwa Angebote, Aufträge, Umsätze und offene Posten lässt sich rasch zugreifen. Das Managen von Terminen, Korrespondenz, Kundenservice, E-Mail, SMS, Telefonnotizen sowie das Erstellen von Office-Dokumenten und Serienbriefe/Mailings wird durch das iCRM-Tool vereinfacht. Letztlich lassen sich auch CRM-Auswertungen realisieren.

http://www.csb.at

Tourismus hebt Lebensqualität der WienerInnen

Wien rangiert international auf Platz drei der Städte mit der höchsten Lebensqualität. Nicht nur BewohnerInnen, auch Gäste wissen die Qualitäten unserer Stadt zu schätzen. 2003 wurden erstmals 8 Millionen Nächtigungen verzeichnet, und heuer gab es von Jänner bis Mai in jedem einzelnen Monat Rekordwerte. Ganz Wien profitiert davon, denn der Tourismus bringt Einnahmen, die den Lebensstandard aller StadtbewohnerInnen heben.

Wien punktet als Tourismusstadt durch ein breitgefächertes Kultur- und Unterhaltungsangebot, hohen Erholungswert, seine Parks und Gärten sowie durch ausgezeichnete Hotellerie und Gastronomie. Doch nicht nur diese Faktoren, sondern auch das typische Wiener Flair – das Nebeneinander von Tradition & Moderne – schätzen TouristInnen.

Der Tourismus der Bundeshauptstadt stellt einen wesentlichen Wirtschaftsfaktor dar: Durchschnittlich 240 Euro pro Kopf und Nächtigung gibt ein Tourist in Wien aus, dazu kommen weitere Millionen Einnahmen durch TagestouristInnen. Außerdem sichert die Tourismus-Branche rund 53.000 Menschen in Wien den Arbeitsplatz.

Wien
Vienna·Vienne·Viena·ウィーン
erwartet Sie

Messbare Erfolge

Mittels einer neuen, internationalen Methode können nun die gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen des Wiener Tourismus auf alle Wirtschaftszweige der Stadt dargestellt werden. Die Palette reicht von Ausgaben, die Wien-BesucherInnen in Beherbergungs- oder Kulturbetrieben, in Gastronomie oder Handel tätigen, bis hin zu jenen Leistungen, die durch Nahrungsmittelzulieferer, -produzenten, Banken, Bauindustrie u. v. a. als indirekte Wertschöpfung erbracht werden. Das imposante Resultat: Durch Tagesgäste, UrlauberInnen, Kongress- und Geschäftsreisende wurden in Wien im Jahre 2002 rund 3,4 Milliarden Euro erwirtschaftet – das sind 5,8 % des Wiener Bruttoregionalprodukts und 14,9 % der gesamten Tourismus-Wertschöpfung in Österreich.

Eine genaue Aufschlüsselung, wofür TouristInnen ihr Geld in Wien ausgeben, zeigt, welche Branchen am meisten von ihnen

Bezahlte Anzeige

igungen bis zum Jahr 2010

profitieren: An erster Stelle steht die Gastronomie, auf die 29 % der Gästeausgaben entfallen, erst an zweiter Stelle kommt die Beherbergung mit 22 %, gefolgt vom Handel mit 15 %. Doch auch in Unterhaltung (10,8 %), Kultur (8,4 %) und Dienstleistungen (7,2 %) investieren die BesucherInnen einen beträchtlichen Teil ihres Urlaubsbudgets.

In die Zukunft blicken …

Mit dem „Tourismus-Konzept 2010“ will Wien in sechs Jahren das Ziel von 10 Millionen Nächtigungen pro Jahr erreichen. Rund 8 Millionen Nächtigungen im vergangenen Jahr lassen dieses ambitionierte Vorhaben durchaus realistisch erscheinen! Großereignisse wie das Mozart-Jahr 2006, anlässlich des 250. Geburtstages des Musikgenies Wolfgang Amadeus Mozart, und die Fußball-Europameisterschaft 2008 sollen die Besucherzahlen weiterhin steigern. Wichtige Voraussetzungen sind unter anderem aber auch die Neugestaltung des Praters, Verbesserungen der Verkehrsanbindungen auf Straße, Schiene und im Flugwesen, der Ausbau des Kongresstourismus und die Verstärkung des Geschäftstourismus durch eine aktive Wirtschaftsstandort-Politik für die „Vienna Region“. Wenn alle Kräfte, die Wiens Qualität als Destination beeinflussen, zusammenwirken, wird der Tourismus in Wien auch in Zukunft kräftig zum Florieren der Stadt und der Lebensqualität ihrer BewohnerInnen beitragen können.

Service

Wien-Tourismus im Internet
In 13 Sprachen: Infos zu Sightseeing, Events, Kulinarik.
Hotel-Buchungen sind online möglich!
www.wien.info

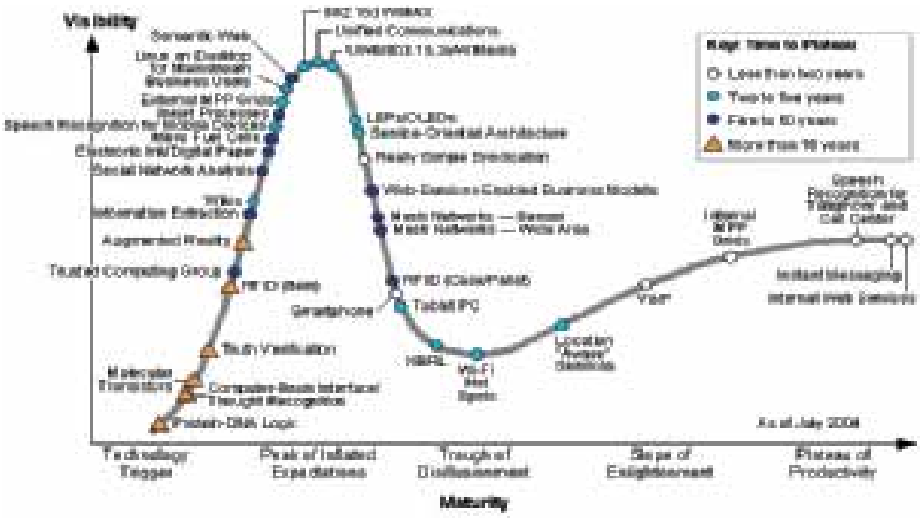
Tourist-Info Wien
Albertinaplatz/Ecke Maysedergasse
Wien-Hotels & Info unter
Telefon 24 555; täglich 9–19 Uhr

Bezahlte Anzeige

Fotos: WTV/R. Osmark (3), C. Alessandri (1), G. Weinkirn (1); PID/P. Kullmann (4); Österreich Werbung (1); Info-Grafik: PID

Der Markt für Informationstechnik und Telekommunikation wächst auch langfristig wieder, nicht zuletzt dank neuer Technologien. Alljährlich erstellt die Gartner Group den Emerging Technologies Hype Cycle, der kommende und aktuelle Technologien bewertet und prognostiziert, wann sie profitabel eingesetzt werden können. Der Hype Cycle 2004 bewertet 37 Technologien in unterschiedlichen Entwicklungsstadien.

Achim Scharf



Kommunikation und das Internet bestimmen die IT-Trends der kommenden zehn Jahre nach dem Emerging Technology Hype Cycle der Gartner Group

Das Web bestimmt weiterhin die Trends

Nach der Durststrecke der letzten Jahre wachsen die IT-Budgets in den Unternehmen wieder langsam, was sich schon in den Wachstumsraten bei PCs von 11% und bei Handys von 21% im Jahr 2003 bemerkbar machte. Den gesamten westeuropäischen ITK-Markt für 2004 schätzt Gartner-CEO Michael Fleisher auf 462 Mrd. €, bis zum Jahr 2008 soll der Markt jährlich um zwei Prozent auf 491 Mrd.€ wachsen. Größter Einzelmarkt sind IT-Services mit einem Anteil von 35% (2004) bzw. 37% (2008).

„Die globale Wirtschaft hat sich inzwischen soweit verbessert, dass nicht mehr allein die Profitabilität, sondern Wachstum wieder im Vordergrund steht. Obwohl die IT-Chefs weiterhin auf die Kosten achten müssen, stehen sie nun unter dem Druck, Innovationen und Wachstum in ihren Unternehmen zu fördern", stellt Fleisher fest. „Die nächste Innovationswelle über die kommenden zehn Jahre lässt sich unter den Schlagwörtern Global Sourcing, Connected Society und Echtzeit-Unternehmen subsummieren".

Die Hypes des Jahres 2004

Der Hype Cycle soll eine Hilfestellung bei der Auswahl von Technologien auf Basis individueller Präferenzen geben, er setzt sich aus fünf Stufen zusammen. Die erste Phase wird als „Technology Trigger" oder Durchbruch bezeichnet, die ein gesteigertes Interesse der Presse und Fachwelt auf sich zieht. Die zweite Phase der überzogenen Erwartungen (Peak of Inflated Expectations) ist durch übersteigerte Publikationen und unrealistische Erwartungen charakterisiert. Es mag zwar einige erfolgreiche Anwendungen geben, doch typischerweise überwiegen die Misserfolge.

Die darauf abfallende Kurve markiert den „Trough of Desillusionment" oder das „Tal der Tränen", wo die Technologien die Erwartungen nicht mehr erfüllen und schnell aus der Mode bzw. der Berichterstattung kommen. Obgleich die Publizität nachlässt oder ganz verschwindet, arbeiten einige Unternehmen weiter mit der Technologie und schreiten auf dem nun wieder aufsteigen Ast (Slope of Enlightment) weiter, bis das „Plateau of Productivity" dann auch einen größeren Kreis erreicht und die Technologie stärker akzeptiert wird und sich zunehmend über Generationen hin stabilisiert. „Die endgültige Höhe des Plateaus hängt davon ab, ob eine bestimmte Technologie breit einsetzbar ist oder nur eine Marktnische füllen kann. Durchschnittlich liegt die Höhe bei 25 Prozent des Peak of Inflated Expectations", erläutert Alexander Linden, Zukunftsanalyst bei Gartner in London.

Gedankenerkennung (Thought Recognition) steht hier noch in einer sehr frühen Entwicklungsphase und damit meint Linden nicht automatisiertes Lesen von Gedanken, sondern die Messung von Aktivitäten auf einer bestimmten abstrakten Ebene für sensormotorischen Input einer Maschine.

Hier ist noch zu unterscheiden zwischen invasiven Verfahren, wo die Schädeldecke geöffnet und ein Sensor implantiert wird und nicht-invasiven Eingriffen, wo Elektroden auf der Schädelhaut oder magnetische Sensoren die Gehirnsignale aufnehmen. „Pilotanwendungen gibt es bereits in der Medizintechnik, um Querschnittsgelähmten noch gewisse sensormotorische Fähigkeiten zu ermöglichen. Weiterhin ist das Militär interessiert an schnellen Reaktionen eines Kampfpiloten durch Steuerung wesentlicher Maschinenfunktionen durch den Kopf denn über den Umweg der menschlichen Motorik. „Doch auch die Werbewirtschaft dürfte an solchen Technologien zukünftig starkes Interesse zeigen, um die Reaktion auf Werbebotschaften im Vorfeld einer Kampagne abzuschätzen".

RFIDs für die Warenwirtschaft sieht Gartner schon auf dem abfallenden Ast der Kurve, doch noch beherrscht das Thema die Schlagzeilen der Fachpresse. RFIDs werden auch schon als Implantate zur Lokalisierung von Menschen und Tieren angedacht, hier nun aber als Technology Trigger auf der steigenden Flanke. „Anwendungsszenarien sind die Lokation von Haustieren, Kindern oder Senioren, aber auch von Strafgefangenen.

Weiterhin ließen sich in den Chips Informationen über Medikamentenbedarf bzw. Allergien im Falle eines Unfalls abspeichern und einfach auslesen. Für solche Extremsituationen sehe ich durchaus eine gewisse Bereitschaft zur Implantation, und wenn dann in etwa fünf Jahren die Erfolgsmeldungen zunehmen, dürfte sich die Zustimmung verstärken. Die Implantation vor Herzschrittmachern ist heute ja auch kein Streitthema mehr", erläutert Linden.

Social Networks

Social Networks sind ein relativ breites Thema mit längerfristigem Potenzial. „Wir definieren das als die Gesamtheit aller über Computer vermittelten Kommunikation. Ein Beispiel ist schon das Web an sich, und hier besonders die von Google implementierten Suchverfahren - je mehr Links auf eine Webseite verweisen, desto relevanter ist sie - und solch ein Verlinken ist eine Social Activity. Eine andere soziale Aktivität wäre die Messung, wie viele Personen sich zu einem bestimmten Film informiert haben und das lässt sich mit der Anzahl der Kinokarten korrelieren. Auch ebay betreibt Social Networks in dem Sinn, dass sie messen, wer von wem welche Produkte kauft und wie zufrieden der Kunde ist. Hier sind also verschiedene Rückkopplungen eingebaut und das greift auch im Zeitraum 5 bis 10 Jahre, um weitere soziale Aktivitäten messen und für Optimierungen bzw. Bewertungen ausnutzen zu können." Eine interessante Technologie in diesem Kontext sind Wikis, die ein beschreibbares Web anstreben. Blogs, also Online-Tagebücher, sind ein Vorläufer und Wikis erweitern diese Idee per Hyperlinks. „Hier gibt es schon mehr als 300.000 enzyklopädische Einträge von über 85.000 Autoren, die den klassischen Enzyklopädien durchaus Konkurrenz machen können. Das ist schon faszinierend, wie sich da viele Leute selbst organisieren und motivieren können, um gemeinsam etwas Großes zu schaffen. Ähnliches ist auch für die Bewertung von Urlaubsorten oder Autos denkbar, überall wo ein verlinkbares Feedback sinnvoll ist."

Elektronische Tinte oder Digitales Papier wird in den kommenden zwei bis fünf Jahren ein Thema, aber nicht so dramatisch, dass die Verlage grundlegend neue Strategien entwickeln müssten. Sicherlich werden sie immer mehr Inhalte für mobile Geräte anbieten. „Interessanteste Entwicklungen sind E-Payment und Micro-Payment für kleinere Beträge, mit der Kölner First Gate gibt es in Deutschland auch einen guten internationalen Mitspieler. Mit deren Verfahren lässt sich Content sehr schön bezahlen, denn in Zukunft dürften immer weniger Inhalte kostenlos zu haben sein."

Eine der kurzfristiger marktrelevanten Technologien könnte das Grid-Computing sein. Im technisch-wissenschaftlichen Bereich gibt es schon Projekte, weniger in der kommerziellen Informationstechnik. „Grids sind ein interessantes Thema, werden sich aber nicht zu dem Hype entwickeln.

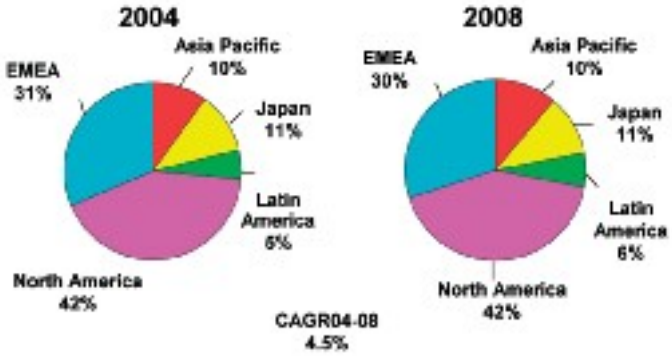
Für einige wenige parallelisierbare Problemstellungen lassen sich hier billige Supercomputer konfigurieren, dazu gehören die Strömungsmechanik oder Simulationen nicht nur in der Technik, sondern auch in der Finanzwirtschaft. Solche Supercomputing-Anwendungen werden daher in den kommenden zehn Jahren einen rapiden Aufschwung erfahren."

Semantisches Web

Kurz vor dem Scheitelpunkt der überzogenen Erwartungen sieht Linden das semantische Web. „Mit den dafür noch zu entwickelnden Technologien sollen Maschinen befähigt werden, Web-Inhalte automatisiert lesen zu können. Voraussetzung ist eine formale Beschreibung der Inhalte, XML ist zwar eine Vorstufe für strukturierte Beschreibung, ist aber noch nicht ausreichend formal. Die logische Aufbereitung von an sich trivialen Informationen für sinnvolle Schlussfolgerungen sind die längerfristigen Ziele und es gibt schon eine Reihe von kommerziellen Entwicklungen bei semantischen Datenbanken zum Aufbereiten und Darbieten solcher Daten, so dass mittelfristig normale Unternehmen diese semantischen Informationen einpflegen können."

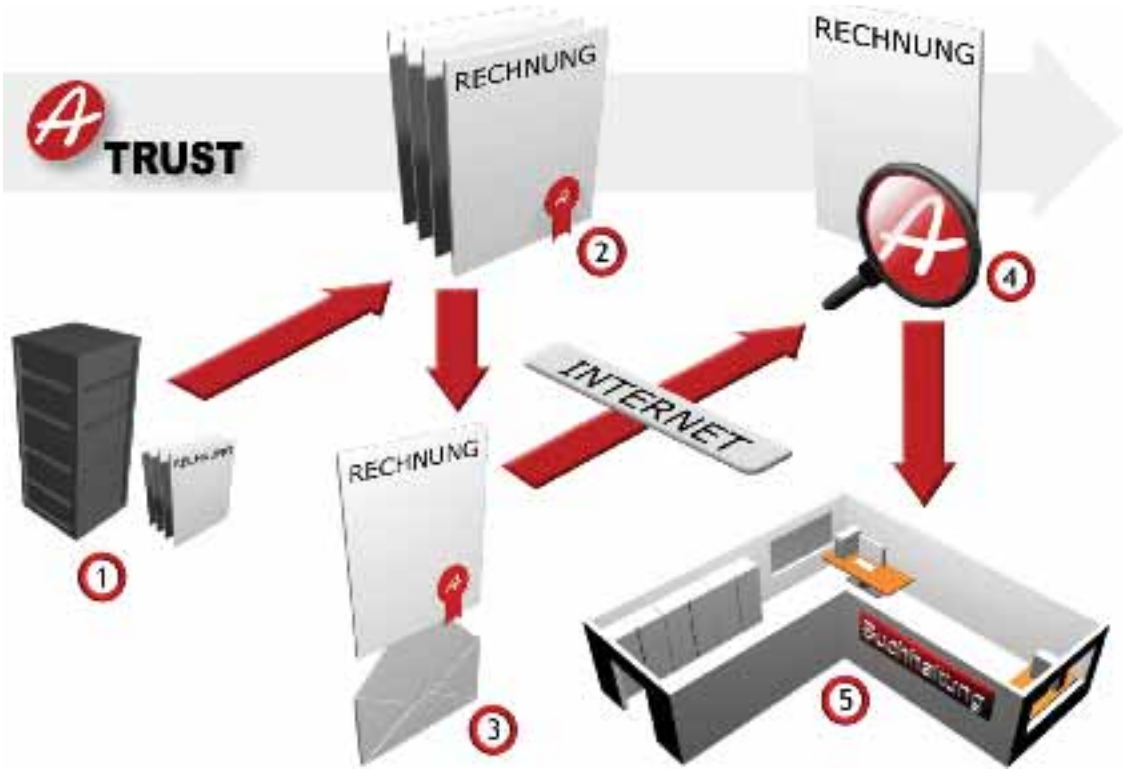
„Das heutige Internet hat ausreichend Bandbreitenreserve für die Anwendungen der nächsten zehn Jahre", glaubt Gartner-Zukunftsanalyst Alexander Linden (Foto: Gartner)

Bei drahtlosen Weitverkehrsnetzen geht die Diskussion derzeit um Funktechnologien wie UMTS und/oder WLANs. Wide Area Mesh Networks, derzeit weniger im Blickpunkt, bieten dem Benutzer eine transparente Verbindung unabhängig von der zugrunde liegenden Technik. „So ist im Supermarkt über einen WLAN-Zugang ebenso ein Telefonat möglich wie außerhalb über UMTS, um generell eine bessere Flächenabdeckung zu erzielen".



Entwicklung des weltweiten ITK-Marktes 2004 (2,1 Billionen $) bis 2008 (2,4 Billionen $) nach Regionen (Quelle: Gartner)

„Linux auf dem Desktop dürfte für die meisten Geschäftsanwendungen auch in fünf Jahren nur einen Anteil von maximal 4 Prozent erreichen. Interessant ist jedoch, dass Microsoft es wahrscheinlich versäumen wird, den High- und Low-End-Bereich gleichzeitig zu beliefern. Derzeit hat das Unternehmen doch die besseren Karten im High End und bei Linux auf dem Desktop läuft es im Low End immer auf einen Preiskampf mit IBM und den verschiedenen Portalen hinaus. Es ist ja durchaus vorstellbar, dass viele Anwendungen wie E-Mail oder Calendering bald in einer Portal-Umgebung ablaufen können, dafür braucht es keine Desktop-Software mehr", schließt Linden. ❑



Schematische Darstellung des Workflows bei medienbruchfreier elektronischer Rechnungslegung

eBilling - papierlos Rechnung legen ab sofort möglich

Rechnungen ausstellen kostet Geld. Papier, Druck, Porto, Personalkosten etc. Ab sofort haben Sie die Möglichkeit, den kompletten Rechnungsverkehr elektronisch abzuwickeln.

Das gänzlich Neue dabei ist die Vorsteuerabzugsfähigkeit bei ausschließlich elektronisch vorliegenden Rechnungen. Hinsichtlich der vorgeschriebenen Rechnungsbestandteile gelten für elektronische Rechnungen dieselben Formvorschriften wie für papierbasierte. Dank der digitalen Signatur ist zweierlei sichergestellt:

- die Rechnung ist gegen nachträgliche Veränderung geschützt
- für den Rechnungsempfänger ist eindeutig der Absender der Rechnung erkennbar.

Sowohl Rechnungsleger als auch -empfänger sparen sich in weiterer Folge das Ausdrucken auf Papier und die Bearbeitung, Ablage und Weiterleitung an das Finanzamt von Hand. Elektronische Rechnungen können ohne Medienbrüche in Buchhaltungs- und ERP-Systeme übernommen und archiviert werden, aber auch online an den Steuerberater oder direkt an das Finanzamt weitergeleitet werden.

Was passiert beim Rechnungsleger?

Der Weg zur elektronischen Rechnung ist kurz. Man besorgt sich seine Digitale Signatur, einen Chipkartenleser und eine Signatur-Software. Man erstellt elektronisch in gewohnter Art und Weise ein Rechnungsdokument **(siehe dazu Schritt 1 in der Graphik)**. Um sicherzustellen, dass man nur das signiert, was man am Bildschirm sieht, kann man bildlich gesprochen die Rechnung mit Hilfe der Signatur-Software „einfrieren". Die Signatur erfolgt nun dadurch, dass bei gesteckter Signaturkarte die PIN in das Kartenlesegerät eingegeben wird. In einem nächsten Schritt wird die signierte Rechnung **(siehe dazu Schritt 2)** per eMail an den Rechnungsempfänger gesandt **(siehe dazu Schritt 3)**. Werden viele Rechnungen gleichzeitig elektronisch gelegt, wie es beispielsweise im Großhandel vorkommt, werden diese automatisch über eine entsprechende Software-Lösung erstellt, signiert **(siehe dazu Schritt 2)** und versandt **(siehe dazu Schritt 3 und www.a-trust.at → sichere Rechnungslegung)**.

Zu beachten ist die Zustimmung des Empfängers, seine Rechnungen elektronisch zu erhalten. Dies ist etwa dadurch gegeben, dass die elektronische Rechnungslegung in den AGBs vorgesehen ist.

Was passiert beim Rechnungsempfänger?

Erhält man beispielsweise beim Kauf eines Laserdruckers oder seiner üblichen monatlichen Büromaterialbestellung die Nachricht, dass der Hersteller auf eBilling umgestellt hat, kann man sich als Kunde entscheiden, ob man dieser Form der Rech-

nungslegung zustimmt oder nicht. Wenn ja, erhält man die Rechnung digital signiert. Wie bisher überprüft man die Rechnungsbestandteile auf ihre Richtigkeit, ohne sie dafür ausdrucken zu müssen. Die Online-Tools der a.trust zur Überprüfung der digitalen Signatur bei Erhalt der Rechnung (Inhalt unverändert? Zertifikat gültig?) stehen dem Empfänger jederzeit on-time zur Verfügung - kostenlos **(siehe dazu Schritt 4)**.

Aufbewahrt werden elektronische Rechnungen ebenso lang wie Rechnungen in Papierform, nämlich sieben Jahre **(siehe dazu Schritt 5)**. Wie man sie archiviert, bleibt dem Unternehmen überlassen. Wichtig dabei ist, dass sie sorgsam gelagert werden, um für eine Finanzprüfung zur Verfügung zu stehen. Sie können handlich und Platz sparend auf einem digitalen Datenträger wie zum Beispiel einer CDROM, DVD oder einer Diskette gespeichert und aufbewahrt werden.

EDI-Lösungen, wie sie beispielsweise im Handel im Einsatz sind, bieten gute Voraussetzungen, die Unverfälschbarkeit von Dokumenten sowie die Identität des Absenders zu garantieren. Im Falle einer bestehenden EDI-Lösung ist es möglich, diese als Basis für die elektronische Rechnungslegung zu verwenden. Im Unterschied zu EDI-Lösungen benötigen Signatur-Lösungen auf Seiten des Empfängers keine spezifische Infrastruktur.

Ausgelagertes Rechnungswesen?

Auch ein drittes Unternehmen, beispielsweise ein Dienstleister, der für eine Firma das Rechnungswesen durchführt, kann so wie bisher elektronische Rechnungen ausstellen. Um Missverständnisse zu vermeiden, sollte dabei für den Empfänger eindeutig erkennbar sein, in wessen Namen die Rechnung gelegt wird. Diese Information sollte idealer Weise in der elektronische Rechnung selbst angegeben sein. Signiert wird die Rechnung in diesem Fall vom Dienstleister.

„Stellt ein Unternehmen im Monat 500 Rechnungen automationsunterstützt aus, amortisieren sich die Kosten für die Infrastruktur für den Einsatz der Digitalen Signatur bereits nach einem Jahr." - Mag. **Christoph Reissner,** A-Trust

Deutliche Fakten

Bereits über 80% aller österreichischen Unternehmen sind im Internet aktiv und vorsteuerabzugsberechtigt. Jährlich werden rund 700 Millionen Papier-Rechnung versandt, davon 180 Millionen in regelmäßigen Abständen. Stellt man Papier-Rechnungen auf elektronische Rechnungsdokumente um, schätzt das Marktforschungsinstitut Ovum das Einsparungspotential auf bis zu 70% ein. In Zahlen ausgedrückt sind das rund 1,5 Milliarden Euro pro Jahr. ❑

Fragen und Antworten

Was benötigt man für die elektronische Rechnungslegung (Massendatenverarbeitung)?

- einen „Identitäts-Nachweis" für die die elektronischen Rechnungen signierende Hardware-Komponente (Signaturserver-Zertifikat)
- ein sicheres Speichermedium für das Signaturserver-Zertifikat (Hardware-Security Modul - HSM)
- eine eBilling-/Signatursoftware, welche idealerweise an das unternehmensinterne ERP-System direkt angebunden ist.

Was benötigt man für die elektronische Rechnungslegung (Einzeldatenverarbeitung)?

- einen „Identitäts-Nachweis" der die Rechnungen signierenden Person (Benutzer-Zertifikat)
- ein sicheres Speichermedium für das Benutzer-Zertifikat (Chipkarte)
- eine eBilling-/Signatursoftware.

Weitere Informationen dazu entnehmen Sie bitte dem Artikel „sichere Rechnungslegung mit a.trust Zertifikaten", abrufbar auf der Startseite unter **www.a-trust.at** .

Weitere Einsatzmöglichkeiten und Vorteile von digitalen Signaturen

Schutz vor fremden Blicken

Dass ein Dokument unterwegs von niemandem gelesen oder gar verändert wurde, stellt ebenso die Signatur-Technologie sicher. Sie schützt sensible Daten vor fremden Blicken. Der Absender legt fest, welche Personen ermächtigt sind, das Dokument zu lesen.

Elektronischer Handschlag

In der Beweiskraft sind elektronisch signierte Dokumente im Fall eines rechtlichen Verfahrens, zum Beispiel bei Betrugsdelikten, eigenhändig unterschriebenen gleichgesetzt.

Schutz vor Spam und Viren

Digital signierte E-Mails können das wachsende Problem aus der Welt schaffen, dass in Ihrem Namen E-Mails mit virenverseuchtem oder geschäftsschädigendem Inhalt kursieren. Denn anhand der Digitalen Signatur kann der Empfänger den Absender eindeutig identifizieren.

Unternehmen schützen sich damit effektiv vor der Masse an unerwünschten E-Mails, dem sogenannten Spam.

Risiko Mitarbeiter-Passwörter

Wer kennt es nicht, unzählige User- und Passwortanmeldungen sind nötig, um im Unternehmensnetzwerk, aber auch im Intranet und Internet auf Dienste und Daten zugreifen zu können. Die Ausweiskontrolle startet oft schon beim Betreten des Firmengeländes bzw. beim Einfahren in die Garage. Merken kann man sich die vielen Passwörter meist nur durch Aufschreiben.

Ein hohes Sicherheitsrisiko, denn Datenräuber finden Passwörter oft so einfach wie den berühmten Autoschlüssel unter der Sonnenblende. Nämlich fein säuberlich notiert auf einem Zettel unter dem Maus-Pad oder an der PC-Tastatur Unterseite.

Die Digitale Signatur ermöglicht ausgereifte Mitarbeiterkarten-Lösungen nach dem Motto: „Ein Code für alle Fälle". Barclays Bank setzte dies bereits um und berechnete, dass sich dadurch Einsparungen von 30 Minuten pro Mitarbeiter und Tag ergeben.

Weitere Informationen finden Sie unter **www.a-trust.at**. Wir freuen uns natürlich auch über Ihre direkte Anfrage, welche Sie bitte an office@a-trust.at richten mögen.

„EDV ist eigentlich eine typisch weibliche Branche“

DI Ingrid Kriegl: Zuerst Erwachsenenbildung bei Siemens, dann Oracle Spezialistin, heute Geschäftsführerin bei Sphinx IT

Christine Wahlmüller

Nach wie vor sind es wenige Frauen, die in der IT-Branche „technisch“ arbeiten. Noch weniger stehen in der ersten Ebene „ihren Mann“. DI Ingrid Kriegl hat es aus eigener Kraft geschafft. Gemeinsam mit einem ehemaligen Kollegen bei Oracle hat die studierte Informatikerin vor 12 Jahren die Firma Sphinx IT gegründet. Motto der engagierten Salzburgerin und Mutter eines 12-jährigen Sohnes: „Ich liebe die Herausforderung“.

Sie sind Geschäftsführerin bei Sphinx IT, wie würden Sie Ihr Unternehmen selbst ganz kurz charakterisieren?
Eigentlich sind wir mittlerweile zwei Firmen, zum einen die Sphinx IT Consulting, die auf die Entwicklung von Individual-Software auf Oracle Basis spezialisiert ist, und seit einigen Monaten unsere Tochterfirma Sphinx Managed Services, die den Outsourcing-Bereich für Klein- und Mittelbetriebe abdecken soll. Was mich besonders freut ist, dass wir bei Sphinx stetig wachsen. Heuer ist für uns ein ganz besonders tolles Jahr. Wir werden mit vier Mio. Euro ein Umsatzplus von 40 Prozent erreichen und haben unsere Mitarbeiteranzahl von 25 auf 44 ausgebaut.

Wie war das möglich?
Durch einige sehr schöne, wenn auch technisch und zeitlich herausfordernde Projekte. Für die Allgemeine Bausparkasse haben wir die klassische Hostlösung durch eine neue Oracle Applikation ersetzt, die das gesamte Bauspargeschäft abdeckt. Zweitens haben wir für Neusiedler eine neue „Production Tracking Software“ entwickelt, die den gesamten Papier-Produktions-Zyklus von der Auftragsdisposition über die Feinplanung bis zur Unterstützung der werksinternen Logistik von der Mutterrolle bis zur kartonierten Ware unterstützt. Ein äußerst komplexes Projekt, da u.a. viele Schnittstellen zu den unterschiedlichsten Systemen beachtet werden müssen. Weitere Sphinx-Kunden sind z.B. Siemens, ÖBB, Boehringer, T-Mobile oder das LFRZ, das Land- und Forstwirtschaftliche Rechenzentrum.

Sie sind als IT-Unternehmerin sehr erfolgreich, wie waren Ihre Anfänge in dieser Branche?
Ich habe vor 25 Jahren Informatik studiert, eigentlich absolut untypisch, weil ich war in Salzburg in einer reinen Mädchenschule. Beim Studium waren dann von 80 Studienanfängern nur 4 Frauen und zwei davon haben, glaube ich, auch fertig studiert. Dabei finde ich, ist EDV eigentlich eine typisch weibliche Branche: Man muss gut zuhören können, Bedürfnisse und Anforderungen verstehen, kreativ sein, gut in Teams arbeiten können - alles im allgemeinen Eigenschaften, die als weiblich gelten.

Trotzdem ist die Branche nach wie vor männerdominiert.
Ja leider, ich muss sagen, auch wir bekommen selten bis nie Bewerbungen von Frauen. Zur Zeit haben wir acht Mitarbeiterinnen. Ich würde mich über mehr Frauen freuen, wobei aber als aller erstes die Leistung zählt, egal ob ein Mann oder eine Frau dahinter steht.

Wie war denn eigentlich Ihr persönlicher Werdegang?
Ich habe mir mein Studium mit Erwachsenenbildung verdient und bin direkt nach dem Abschluss bei Siemens im Ausbildungszentrum Trainerin geworden. Eines Tages habe ich beschlossen, ich will nie wieder einen Kurs halten - das war der Punkt, wo ich zu Oracle gewechselt habe. Das war für mich eine tolle Zeit, dort habe ich unheimlich viel gelernt, viel Technisches, aber auch z.B. in punkto Selbstbewusstsein. Zuerst war ich in der technischen Abteilung, dann im Presales, zuletzt Leiterin Presales. Dann kam mein Kollege mit dem Vorschlag: Machen wir uns doch selbständig, ich habe ja gesagt, und gleichzeitig wurde ich schwanger.

Und wie haben Sie Kind und Karriere „geschafft“?
Die erste Zeit war schwer, ich habe im Home Office gearbeitet und ziemlich wenig geschlafen. Außerdem habe ich ein Kindermädchen engagiert und ziemlich oft ein schlechtes Gewissen gehabt, dass ich zu wenig für meinen Sohn da bin.

„EDV ist eigentlich eine typisch weibliche Branche: Man muss gut zuhören können, Bedürfnisse und Anforderungen verstehen, kreativ sein, gut in Teams arbeiten können - alles im allgemeinen Eigenschaften, die als weiblich gelten.“ - DI **Ingrid Kriegl** (Bild: Sphinx)

Das alte Problem mit Kind und Karriere. Wie handhaben Sie das in Ihrem Betrieb?
Ich würde sagen, nicht frauen-, sondern insgesamt familienfreundlich. Wir haben flexible Arbeitszeiten, z.B. einen Vater, der nur vier Tage in der Woche arbeitet, oder Home Office Plätze. Gerade die EDV-Branche hat ja den Vorteil, dass man in punkto Arbeitszeit sehr flexibel sein kann.

Und was würden Sie einem jungen Menschen heute z.B. nach der HTL empfehlen - Einstieg in der Wirtschaft oder weiterstudieren?
Ich weiß, ich schwimme da gegen den Strom. Ich würde sagen, weiterstudieren, entweder an der Uni oder FH. Und die Zeit nützen, in der man sich mit dem theoretischen Background intensiver auseinandersetzen kann.

Welche Visionen haben Sie für Sphinx, sagen wir in 5 Jahren?
Ich möchte etwa auf 60 bis 70 Mitarbeiter expandieren. Um neue Themen zu besetzen, werden wir das Modell der Tochtergesellschaften fortsetzen.

Bleibt bei so vielen Plänen auch noch Zeit für Hobbys und Freizeit?
Doch, Laufen, Lesen, Freunde treffen, reden und diskutieren, kochen, essen und Rotweine sammeln. Nicht zu vergessen: Reisen. Früher Abenteurerreisen mit dem Zelt. Heute am liebsten Städtereisen, einfach weg für 3,4 Tage, das ist die beste Erholung.

„Outsourcing muss Sinn machen“

Wer Teilbereiche seines Unternehmens „in fremde Hände legt“, sollte dabei gezielt und kostenbewusst vorgehen. Globale Outsourcing-Strategien sind komplex in der Umsetzung und leiden oft unter einem hohen Investitionsbedarf. Mit selektivem Outsourcing behalten Unternehmen ihre Flexibilität und schaffen Kostentransparenz.

Outsourcing kann ein hervorragendes Mittel sein, um in Zeiten eines globalen, sich schnell verändernden Marktes die Kernkompetenzen eines Unternehmens zu stärken. Dabei gilt es aber genau abzuwägen, welche Bereiche dafür in Frage kommen. Outsourcing darf das Unternehmens-Know-how nicht schmälern, muss die Performance erhöhen und Kosten auf Dauer senken.

Das gilt natürlich ebenso für das häufig nachgefragte Outsourcen von IT- und Telekommunikationsaufgaben. Auch hier muss das Wissen um die eigenen Geschäftsprozesse und deren zukünftige Entwicklung der Maßstab sein. Durch ein selektives Vorgehen lassen sich Routineaufgaben ebenso personal- und kostengünstig „auslagern“ wie hoch spezialisierte IT- oder Telekom-Aktivitäten. Die Entscheidung für eine bestimmte Variante sollte sich aber immer an längerfristigen Strategien orientieren und auf einer strukturierten Vorgehensweise beruhen.

Eine entscheidende Rolle kommt natürlich dem Outsourcing-Partner zu. Er muss über technische Kompetenz verfügen, eine leistungsfähige, flexible und sichere Netz-Infrastruktur besitzen und entsprechende Erfahrung und Consulting-Qualitäten bereitstellen.

Selektives Outsourcing mit Telekom Austria

Telekom Austria ermöglicht als IT-Gesamtlösungsanbieter Unternehmen das Verwirklichen ihrer individuellen Outsourcing-Strategie. Das Angebot gliedert sich in vier große Bereiche, die sich - je nach Bedarf - miteinander kombinieren lassen:

■ **Hosting**

Hosting erspart Unternehmen teure Investitionen in ihre IT-Ausstattung und Wartung. Telekom Austria stellt auf Mietbasis die entsprechende Hardware- und Software in ihrem eigenen Rechenzentrum zur Verfügung. Eine spezielle Variante ist das Hosting von Webservern und das zur Verfügung stellen von Webspace inklusive Domain Name Service.

■ **Housing**

Unternehmen, denen zum Beispiel der eigene Serverraum zu klein wird, können in den Data Centern der Telekom Austria entsprechende Stellflächen mieten. Diese Data Center besitzen eine hochverfügbare Infrastruktur und stellen nach Wunsch auch weitere Services bereit - etwa für Backup- und Storage-Aufgaben.

■ **Desktop Services**

Desktop Services helfen vor allem mittleren und großen Unternehmen ihre Desktop-Rechner und ihre IT-Peripherie „in Schuss zu halten“. Das Outsourcen der Client-Betreuung entlastet das unternehmenseigene IT-Personal, kann die internen IT-Kosten entscheidend senken und schafft durch definierte Serviceleistungen Kostentransparenz.

■ **Security**

Je nach dem gewünschten Sicherheitslevel bietet Telekom Austria umfassende Services an. Sie reichen von SecureMail und SpamProtection für sicheren und reibungslosen E-Mail-Verkehr bis zu Firewall und VPN Services.

Business Hotline 0800 100 800
http://business.telekom.at

Telekom Austria - „Ihr Rechenzentrum im Netz“

Als Gesamtlösungsanbieter im Bereich Informationstechnologie und Telekommunikation besitzt Telekom Austria umfangreiche Erfahrung beim Betreuen und Bereitstellen einer geschäftskritischen und vernetzten IT- und Telekom-Infrastruktur.

Über 600 Experten, österreichweite Verfügbarkeit und die Kombination von Standardservices mit maßgeschneiderten Komplettlösungen schaffen jene Flexibilität und Sicherheit, die Unternehmen heute für das Abwickeln ihrer kritischen Geschäftsprozesse benötigen.

Die Outsourcing-Services von Telekom Austria ermöglichen es Unternehmen, sich besser auf ihre Kernkompetenzen zu konzentrieren und sorgen für einen sicheren Betrieb, die laufende Anpassung an technische Standards und die Erfüllung zeitgemäßer Securitylevels.

WERBUNG, Vorbehaltlich Satz- & Druckfehler

Störi Mantel mit Semiramis

Das Schweizer Unternehmen Störi Mantel Wärmetechnik AG hat sich für den Einsatz der vollständig Java-basierenden Unternehmenssoftwarelösung von KTW entschieden.

Das Unternehmen ist in der Schweiz führend bei Produktion, Vertrieb und Wartung von Elektroheizungen und Wärmepumpeninstallationen. Störi Mantel Wärmetechnik AG will mit Semiramis nach eigenen Angaben insbesondere die Prozesse in Vertrieb und Logistik optimieren und ausbauen und dadurch die Kundenzufriedenheit weiter erhöhen.

Als einen der Hauptgründe für die Entscheidung zugunsten von Semiramis nannte Störi Mantel Wärmetechnik AG deshalb den Funktionsumfang von Semiramis, der CRM und prozessorientierte Querschnittsfunktionen wie Workflow- und Dokumentenmanagement bereits im Standard beinhaltet. Investitionsschutz durch modernste Technologie und Plattformunabhängigkeit hießen die anderen Kaufargumente. Implementiert wird Semiramis beim langjährigen IBM-Anwender Störi Mantel Wärmetechnik AG auf der IBM eServer i5-Plattform durch die Schweizer Niederlassung des C.I.S.-Partners KTW.

Störi Mantel hat sich seit seiner Gründung 1947 auf den Bereich Elektrowärme spezialisiert. Bis heute wurden mehr als 100.000 Heizanlagen vor allem in der Schweiz und in Österreich installiert. Ein weit verzweigtes Netz von Heizberatern und Servicetechnikern sorgt für kundenorientierten Vor-Ort-Service. Das vor allem im Dienstleistungsbereich über Jahrzehnte aufgebaute Know-how soll in Zukunft auch auf Fremdprodukte ausgedehnt werden, die Prozesse in Vertrieb und Service sollen mit einer geeigneten ERP-Software optimiert und verzahnt werden, um den Kundenstamm weiter auszubauen.

Die bislang auf der IBM iSeries eingesetzte ERP-Lösung konnte die geplante Erweiterung des Geschäftsmodells von Störi Mantel nicht unterstützen. Prozessorientierung und eine moderne Technologie, welche die getätigten IT-Investitionen schützen und den Zugriff der Mitarbeiter auf Funktionen möglichst kostengünstig gestalten sollte, hießen die wichtigsten Anforderungen von Störi Mantel. Die Integration einer separaten CRM-Lösung sollte den Funktionsumfang ursprünglich abrunden.

„Im Evaluierungsprozess stellte sich sehr schnell heraus, dass wir mit Semiramis alle unsere Anforderungen mit nur einer einzigen Lösung abdecken konnten. Wir können weiterhin mit der IBM-Plattform arbeiten, unseren Servicemitarbeitern die Ersatzteilbewirtschaftung in Semiramis einfach über Web zugänglich machen sowie unsere Vertriebsprozesse dank Workflow und Dokumentenmanagement wo immer nötig automatisieren und mit elektronischen Kundendossiers optimieren.

Auf die Einführung einer separaten CRM-Lösung konnten wir darüber hinaus vollständig verzichten“, begründet Marianne Niederer, CFO von Störi Mantel Wärmetechnik AG.

http://www.ktw.at

„Semiramis verfügt mittlerweile über ein flächendeckendes Netzwerk von Spezialisten in den Bereichen Handel, Gewerbe, Produktion und Industrie mit viel Branchen-Know-how in Deutschland, Österreich und der Schweiz. Die neuen Vertriebspartner in allen Sparten beweisen, dass Semiramis nicht nur technologisch topmodern ist, sondern auch funktional die Anforderungen abdeckt.“ - **Reinhold Karner**, CEO und Gründer der KTW-Group

Enterprise Content Management-Suite

SER bringt mit der neuen DOXiS iECM-Suite Konvergenz in bisher getrennte Technologienbereiche.

Die DOXiS iECM-Suite 2005 beruht auf einem vollständig integrierten Produktansatz, der die Grenzen der bislang separaten Systeme für Capturing, Archivierung, Information Lifecycle Management, DMS, Workflow, Business Process Management und Knowledge Management überwinden soll. Dazu stellt die iECM-Suite 2005 Infrastruktur, Komponenten, Systemverknüpfungen, Services, Middleware sowie auch ein universelles Storage Layer als zentrales logisches Repository zur Verfügung.

SER verfolgt dabei nicht den Best-of-breed-Ansatz, sondern vertraut auf das durchgängige ECM-Lösungsportfolio aus dem eigenen Haus. Insbesondere der Integrationsaspekt ist dabei entscheidend. Damit soll das neue Technologiekonzept die Konsolidierungsanstrengungen der IT-Abteilungen unterstützen und durch Simplifizierung, Homogenität und Konsistenz Betriebs- und Verwaltungskosten deutlich senken.

Auch erste Erfolge konnte die neue Lösung bereits verzeichnen: Bei der Tagung „Kräftemessen der Dokumenten-Management-Spezialisten“, veranstaltet von BARC Research und der deutschen Computerwoche, wurde die neue Suite unter insgesamt acht Herstellern an erster Stelle gereiht. SER Solutions feiert dieser Tage übrigens ein für die IT-Branche nicht alltägliches Jubiläum: nämlich den 20. Geburtstag.

http://www.ser.at

DOXiS iECM-Suite 2005 von SER vereinigt bisher getrennte Bereiche der Dokumentenverarbeitung und des Informationsmanagements in einem vollständig integrierten Produktansatz

Sicherer Zugriff von jedem Ort

Die neue MetaFrame Access Suite 3.0 bringt eine Gesamtlösung für den sicheren und zentralen Zugriff auf Unternehmensanwendungen und Daten von überall her.

Adolf Hochhaltiger

Die „Access Suite" ist eine Gesamtlösung, die es dem Anwender ermöglicht, mit fast jeder Hardware - vom PDA über den Uralt-PC bis zur modernsten Workstation - auf die im Unternehmen gemeinsam genutzten Anwendungen zuzugreifen. Neben Kosteneinsparungen und dem Sicherheitsaspekt stehen mit der neuen Version auch Mobilität und Flexibilität im Vordergrund. Die „Access Suite 3.0" bietet unter anderem:

- Ein unternehmensweites „Single Sign-On" erspart dem User, sich durch den Dschungel verschiedenster Passwörter zu kämpfen; sie werden hier zentral verwaltet und jeweils bei Bedarf automatisch beigestellt.
- Der MetaFrame Presentation Server sorgt dafür, dass die Darstellung der jeweiligen Anwendung zur jeweils eingesetzten Client-Hardware passt und von ihr sowohl dargestellt als auch bedient werden kann.
- Der MetaFrams Secure Access Manager verwaltet (rollenbasiert!) die Zugriffe der Mitarbeiter und schützt den Zugriff auf Anwendungen und Daten vor dem Zugriff Unbefugter, der Admin kann bestehende Intranets, Websites und Internet-Portale sicher in die Zugriffs-Infrastruktur einbinden.

Diese konsistenten Lösung - Zugriffskontrolle, Sicherheit und shared Anwendungen unter einem Hut - erhöht die Mobilität der Mitarbeiter und gewährleistet sicheren Zugriff via Internet von überall her. Jeder Mitarbeiter hat beispielsweise von jedem Ort der Welt aus Zugriff auf seine persönlichen Daten und Termine in seinem MS-Outlook.

Neu ist auch das Lizenzmodell: „übertragbare" Lizenzen werden zentral verwaltet und administriert, über mehrere Serverfarmen hinweg; auch die Verwendung zertifikat-basierter SmartCards ist möglich. Auch wenn der User sein Endgerät wechselt, ist dank „SmoothRoaming" der unterbrechungsfreie Zugriff gewährleistet und der „Conferencing Manager" ermöglicht die reibungslose Zusammenarbeit räumlich getrennter Mitarbeiter.

http://www.citrix.de

Effizienzsteigerung durch Prozessoptimierung

Gestützt auf die Ergebnisse einer bei IDS Scheer verfassten Diplomarbeit wurde eine umfassende Studie „Performance Management im Handel" erstellt.

Sie bietet ein aktuelles Bild über Performance Management auf strategischer und operativer Ebene im deutschen Einzelhandel, aber auch über die bestehende informationstechnische Infrastruktur in dieser Branche.

Aus der Studie ergeben sich eindeutige Trends: Supply Chain Performance Management ist ein wichtiges Thema für den Handel. Der voranschreitende Prozess der Internationalisierung der Märkte, sowie die Konzentration und Konsolidierung im Handel, steigern das Machtpotenzial des Handels gegenüber der Industrie und bedingen seine zunehmende Vertikalisierung entlang der - Supply Chain. Eine wachsende Individualisierung der Kundenanforderungen erfordert die zunehmende Ausrichtung am Endverbraucher und verdeutlicht die Notwendigkeit von global präsenter und effizient agierender Logistiknetzwerke. Der Realisierung von Effizienzsteigerungspotenzialen durch Prozessoptimierung und -beschleunigung wird höchste Priorität eingeräumt. Im Vergleich zu älteren Studien scheint der Siegeszug der Ansätze der Balanced Scorecard und des Total Quality Managements anzuhalten. Betrachtet man die Art der verwendeten Performance-Indikatoren und deren Erhebungswichtigkeit, so ist ein deutlicher Trend zur Orientierung an nichtfinanziellen Kennzahlen zu erkennen. Diese Ergebnistreiberkennzahlen stellen den im Performance Management wichtigen Ursache-Wirkungs-Zusammenhang dar und bilden im Handel vor allem für das mittlere Management die Entscheidungsgrundlage auf taktischer Ebene.

http://www.ids-scheer.at

KSI präsentiert erstes 10 Gbit/s Kupferkabel

Im Rahmen der Hausmesse „Meet Networking People" vom 7. bis 9. September 2004 präsentierte die KSI zusammen mit acht Partnerfirmen eine ganze Reihe interessanter und innovativer Produkte; die größte Neuigkeit war hier aber wohl die Vorstellung des ersten 10 Gbit/s-Kabels auf Kupferbasis.

Adolf Hochhaltinger

Noch vor kurzer Zeit wurde ja von „Fachleuten" behauptet, es werde auch in Zukunft grundsätzlich niemals möglich sein, eine Datenrate von 10 Gbit/s über ein gewöhnliches Kupferkabel zu übertragen.

Doch inzwischen ist das einst „Unmögliche" Realität geworden: die Firma KRONE, für die die KSI eine Großhandelsfunktion in Österreich wahrnimmt, stellte das neue CopperTen System vor - eine ungeschirmte, zweiadrig verdrillte Kat.6-Leitung (UTP - unshielded twisted pair), die für die Übertragung einer Datenrate von 10Gbit/s über eine Entfernung von bis zu 100m geeignet ist.

Erste Installation abgeschlossen

Auch in der Praxis hat sich die neue Technologie bereits bewährt: im Datenzentrum einer internationalen Großbank in London wurden rund 70 km Leitung samt ca. 2.000 Anschlüssen an Patchfeldern in der neuen 10 Gbit/s CopperTen Technologie installiert.

Mit dieser CopperTen Technologie steht den Anwendern nun ein Leitungssystem zur Verfügung, das einerseits mit bestehenden 10/100/1000 Mbit/s-Installationen funktioniert, zugleich aber die Möglichkeit einer Datenübertragung mit 10 Gbit/s bietet, sobald die angeschlossene Hardware entsprechend nachgerüstet wird.

Sechzehn Vorträge - mehr Besucher

Im Rahmen der KSI-Hausmesse wurden sechzehn verschiedene Kurz-Seminare abgehalten. Themen waren unter anderem: LAN (Technische Grundlagen, Sicherheit im LAN), Glasfaser-Technologien, eine Präsentation des ISA-Servers von Microsoft, der „Internet Portal Shared Point", neue Technologien wie DVI-Extender, Video via Glasfaser, eine neuen Internet-Kamera, Einsatz und Möglichkeiten der Messtechnik im Netzwerk.

Als Vortragende standen jeweils einschlägige Spezialisten zur Verfügung. Diese konnten im Anschluss von den Teilnehmern zum jeweiligen Thema auch noch ausführlicher befragt werden: eine Gelegenheit, die sich viele Teilnehmer nicht entgehen ließen.

Sechzehn verschiedene Kurz-Seminare boten auf der KSI-Hausmesse Informationen zu aktuellen Netzwerk-Themen

Insgesamt war die Anzahl der Fachbesucher um rund 30% höher als im Frühjahr und die qualifizierten Anfragen stieg auf mehr als das Doppelte an. Erstaunt waren viele Besucher über das riesige Lager der KSI.

Das Kalender-Buch ist da!

Pünktlich zum Messebeginn traf auch das bereits angekündigte Buch über die Entstehung des KSI-Kalenders ein. Auf 220 Seiten ist hier das Gesamtwerk der bisherigen Kalender abgedruckt; jedes Blatt stellt eine Metapher zu einem (meist technischen) Problem dar. Der dahinterliegende Gedankengang und die Entstehung des Blattes werden in deutscher und englischer Sprache erläutert.

http://www.ksi.at

Handys auf Basis der Near Field Communication (NFC)

Philips und Samsung werden Mobilfunkgeräte entwickeln, die mit Near Field Communication (NFC)-Chiplösungen von Philips ausgestattet sind.

Benützer von NFC-fähigen Samsung-Geräten erhalten dadurch neue Möglichkeiten interaktiver Kommunikation: Wird zum Beispiel ein mit NFC-Technologie ausgestattetes Samsung-Handy nahe an einen NFC-kompatiblen PC oder Fernsehapparat gehalten, nehmen die Geräte automatisch Verbindung auf, um digitale Bilder oder Daten zu übertragen.

Die NFC-Technologie wird federführend von Philips Semiconductors Styria, dem weltweiten Kompetenzzentrum für kontaktlose Identifikation im steirischen Gratkorn, entwickelt. Ihr Ziel ist der Einsatz von basierenden Interaktionen zwischen Geräten der Unterhaltungselektronik, Handys, PCs und für Zahlungsanwendungen.

Mit NFC verwandelt sich das Handy von einem Mobiltelefon, das hauptsächlich Sprachanwendungen bietet, zu einem multifunktionellen, personalisierten Gerät, mit dem Zahlungen getätigt, Fahrkarten gelöst, der Zutritt zu Gebäuden ermöglicht und digitale Zugriffsrechte gespeichert werden können.

Die NFC-Technologie basiert auf einer Kombination aus kontaktloser Identifikation und drahtloser Verbindungstechnologie. Sie vereint die Funktionen eines kontaktlosen Lesegeräts und einer kontaktlosen Smart Card mit Peer-to-Peer-Funktionalität. NFC wird im

NFC-Technologie macht es möglich: Das Handy als elektronischer Zahlungsterminal, Kartenschalter, Zutrittsschlüssel, Fahrkarte, Bankomat- bzw. Kreditkarte, elektronischen Visitenkarte

13,56-MHz-Frequenzbereich über eine Entfernung von wenigen Zentimetern betrieben.

http://www.samsung.at
http://www.semiconductors.philips.com

Kompatibles Multi-Vendor SAN

Qlogic und McData starten SAN-Initiative

Im Mittelpunkt dieser Initiative steht die Entwicklung leistungsfähiger Funktionen wie Core-to-Edge-Kompatibilität, virtuelles Routing, offener Austausch von Management-Daten, Zoning, Sicherheit und Speicherbereitstellung (Partitioning).

Nach Abschluss der Initiative wird im „native mode" eine nahtlose Kompatibilität der kompletten Produktpalette von McData, darunter die Eclipse SAN-Router, die Sphereon-Switche und Intrepid Direktoren, mit den SANbox-Switchen von Qlogic sichergestellt sein. Blade-Server werden in Zukunft bei Unternehmensinvestitionen für Datenzentren eine entscheidende Rolle spielen. „Deshalb müssen Anbieter von SAN-Switching-Lösungen die Kompatibilität von eingebetteten Fibre-Channel-Switchen und bestehenden SAN-Unternehmenslösungen gewährleisten", erläutert dazu Richard Villars, Vice President of Storage Systems bei IDC.

http://www.qlogic.com
http://www.mcdata.com

Vertriebspartner gesucht

Nentec Netzwerktechnologie GmbH sucht für ihre „Nitro-Switch" Load-Balancer Vertriebs- und OEM-Partner in Osteuropa und Österreich.

Nitro-Switch von Nentec: Auch in Österreich werden Vertriebspartner gesucht

Die neuen Load-Balancer aus der Nitro-Switch-Produktfamilie möchten herkömmliche Loadbalancing-Anforderungen mit weniger Hardware realisieren und gleichzeitig das Loadbalancing-Verhalten verbessern.

Um interessierten Anwendern ein flächendeckendes Vertriebs- und Service-Netzwerk anbieten zu können, sucht Nentec nach weiteren Vertriebs- und OEM-Partnern in Deutschland und im europäischen Ausland, die in das Load-Balancer-Geschäft einsteigen möchten. Vor allem ist Nentec an Partnern aus Österreich und aus den osteuropäischen Ländern interessiert, da der Spezialist für Load-Balancing in diesen Ländern bisher nicht vertreten ist. Gesucht werden qualifizierte Partner, die über ein fundiertes Know-how mit Netzwerken und aktiven Netzwerk-Komponenten verfügen. Auf der OEM-Seite möchte Nentec insbesondere mit Systemhäusern aus dem Security-Bereich zusammenarbeiten, um mit innovativen Produkt-Bundles Synergien zu schaffen und neue Lösungen mit Mehrwert für den Anwender zu kreieren.

http://www.nentec.de

„ARGE Breitband Austria": Breitbandstrategie notwendig

Elf der größten Industrieunternehmen der österreichischen IKT-Branche haben sich zur „ARGE Breitband Austria" zusammengeschlossen.

Die auf Initiative von Telekom Austria-Vorstand Rudolf Fischer gegründete Plattform repräsentiert mit einem Umsatzvolumen von 8,5 Mrd Euro fast zwei Drittel des 13,4 Mrd Euro schweren österreichischen IKT-Marktes und beschäftigt 36.000 Mitarbeiter. Damit trägt die IKT-Branche über sechs Prozent zum österreichischen BIP bei. Grund der Zusammenarbeit ist die Notwendigkeit einer rascheren Umsetzung der digitalen Informationsgesellschaft in Österreich, die nach Überzeugung der ARGE-Partner nur auf Basis einer noch umfassenderen Breitbandstrategie der Bundesregierung erfolgen kann.

„Zahlreiche Indikatoren zeigen derzeit, dass Österreich im internationalen Vergleich ins Hintertreffen geraten ist", meint Fischer, „daher wird die ARGE Breitband Austria nach Vorbild von Ländern wie Großbritannien oder Finnland Handlungsempfehlungen für Politik und Wirtschaft als Grundlage für einen IKT-Masterplan ausarbeiten".

Teilnehmende Unternehmen sind Alcatel, Cisco, HP, IBM, Kapsch Carrier Com, Microsoft, SAP, Siemens AG, Telekom Austria, UTA, UPC Telekabel.

www.indec.at

INDEC
Internet Design Consulting

Die echte Alternative zum Windows Server

Keine KOSTEN für HARD- & SOFTWARE.

ALL - INKLUSIVE

Funktionen:

- ✓ File Server
- ✓ Sicherungs Server
- ✓ Domainanmelde Server
- ✓ Mail Server mit Webmail
- ✓ Mail Filter/Spamfilter
- ✓ Firewall
- ✓ Print Server
- ✓ Virenschutz für Server & alle Workstations

INKLUSIVE Breitbandinternetzugang

zum monatlichen Fixpreis von nur € 249,-

Es entstehen auch KEINE zusätzlichen Kosten für folgende Punkte:

Internetzugang * Updates * Reparaturen * Service * Wartung Antivirus * Lizenzen

INDEC - Internet Design Consulting

Veltenweg 1 * 2500 Baden bei Wien
Tel: 02252 49031 * Fax: 02252 80581
http://www.indec.at * office@indec.at

Der beste Server ist von INDEC.

Hitachi: Storage wird virtuell

Nach bisheriger Zurückhaltung rund um das Thema Storage-Virtualisierung, stellt Hitachi Data Systems nun genau dieses Thema in den Mittelpunkt. Die Kernfunktion der neuen Gerätegeneration: Virtualisierung.

Andreas Roesler-Schmidt

Zeitgleich stellte Hitachi Data Systems in New York, Barcelona und Frankfurt seine neue Universal Storage Platform (USP) TagmaStore vor - eine Kombination aus Hard- und Softwareentwicklungen. Hitachi verspricht mit dieser universellen Speicherplattform die Gesamtbetriebskosten für unternehmensweite Speicherlösungen radikal zu senken - vor allem durch Virtualisierung. Ein Jahr zuvor hieß es bei Hitachi noch, Virtualisierung sei zwar ein heißes Thema aber noch nicht ausgereift - diesmal steht die Virtualisierung im Zentrum der Ankündigungen und spielt nach Hitachi-Sicht eine Schlüsselrolle in der Zukunft des Enterprise-Storage. „Wir haben damals zur Virtualisierung gesagt, wir werden nichts machen, bis wir es ordentlich machen können", erklärt Roger Turner, Director Storage Systems EMEA den scheinbaren Sinneswandel.

Virtualisierung sieht nicht nur Hitachi als wichtigste Storage-Strategie: „Der zukünftige Weg des Enterprise-Storage ist Virtualisierung und Partitionierung von Arrays, die die exakte Anpassung an den Speicherbedarf der einzelnen Anwendung ermöglicht. Diese Entwicklungen verwandeln die Disk Control Unit in einen universellen Storage Server, der heterogene Speichersysteme unterstützt", meint Josh Krischer, Vice President und Research Director von Gartner.

Zu den Merkmalen von TagmaStore gehören die logische Partitionierung der Speicherressourcen, das Management von extern angeschlossenen, heterogenen Speichersystemen und eine universelle Replikation von Daten. Der Unternehmensbereich Global Solution Services von Hitachi Data Systems wird dafür entsprechende Implementierungs- und Beratungsservices anbieten.

„Die universelle Speicherplattform TagmaStore repräsentiert innerhalb der Speicherbranche eine ganz neue Kategorie. Ihre leistungsfähige Architektur liefert in punkto Virtualisierung und Replikation ganz neue Möglichkeiten, die mit vorherigen Generationen von unternehmensweiten Speichersystemen nicht möglich waren. Auf diese Weise unterstützt TagmaStore die Einführung eines neuen Paradigmas für den Systembetrieb - mit dem Ziel, unternehmensweit ein einheitliches Konzept für anwendungsoptimierte Speicherlösungen (Application Optimized Storage) zu implementieren", erklärt Scott Genereux, Senior Vice President Global Marketing. „Als Ergebnis erhalten die Kunden einen kostengünstigen Rahmen für Informationsinfrastrukturen, der Kosteneinsparungen in Millionenhöhe ermöglichen kann."

Die TagmaStore-Technologie ist ausschließlich mit neuen Storage-Boxen erhältlich. „Wir glauben nicht, dass das ein Nachteil ist", sagt Roger Turner. „Speicher ist entweder neu oder voll - die Unternehmen müssen ohnehin Speicher kaufen." Mit einem der drei neuen Modelle (USP100 mit bis zu 77 TB intern, 17 GB/s Bandbreite; USP600 bis zu 154TB, 34GB/s sowie das Highend-Modell USP1100 mit bis zu 332TB interner Bruttokapazität und einer Bandbreite von 68GB/Sekunde) erhalten Kunden die Virtualisierungsfunktionen - auch für die bereits vorhandene Hardware - sofern sie von Hitachi stammen: „Derzeit unterstützen wir alle über Fibre Channel angeschlossenen Hitachi Geräte", gesteht Turner ein. „Aber das Ziel ist ganz klar, auch Dritthersteller zu unterstützen. Das wird mit IBM sicher kein Problem sein, aber mit EMC müssen wir erst reden. Als Mitbewerber konnten wir vor dieser Ankündigung natürlich noch nicht mit ihnen reden." Gegen Jahresende, spätestens aber zu Beginn des nächsten Jahres erwartet Turner erste Einigungen mit Drittherstellern. Weitere werden dann schrittweise folgen, wenn der Support sichergestellt werden kann.

„Speicher ist entweder neu oder voll - die Unternehmen müssen ohnehin Speicher kaufen." - **Roger Turner**, Director Storage Systems EMEA

Gegenüber anderen bereits existierenden Virtualisierungs-Technologien sieht Turner Hitachi im Vorteil: „Sie können nicht wirklich zentral gemanagt werden. Sie müssen immer noch für jedes Gerät physisch LUN-Space bereitstellen und so weiter. USP wird das können." - sobald die Dritthersteller dies auch unterstützen.

www.hds.com

tel.con Award für 3Telefonbuch

Hutchinson 3G austria hat den tel.con Award 2004 für das 3telefonbuch gewonnen.

Der Award wird im Rahmen der tel.con, des Jahreskongresses für die Telekom-Branche vom „Institute for International Research" und Alcatel vergeben. Das 3Telefonbuch ist ein Service für alle 3 Kunden. In den Super-Pages auf jedem 3Mobile findet man über 400.000 Unternehmen aus ganz Österreich. - mit Branchenindex und -suche, Firmensuche und Schnellsuche. Weiters sind alle privaten Anschlüsse Österreichs enthalten.

„Das mobile Telefonbuch ist aus dem Alltag einfach nicht mehr wegzudenken und unterstützt alle, die viel unterwegs sind." 3CEO **Berthold Thoma**.

Durch die Verbindung mit 3Geo, dem mobilen Navigationssystem, ist es möglich, zum Beispiel die nächstliegende Autowerkstatt, das nächste Lokal oder den nächstgelegenen Friseur ausfindig zu machen.

Sophos mit neuem Distributor

Der IT-Sicherheitsexperte ist ab sofort mit seinem Distributionspartner Infinigate in Österreich präsent.

Sophos weitet die Zusammenarbeit mit seinem Value Added Distributor Infinigate aus. Ab sofort bietet Infinigate auch für die österreichischen Sophos-Partner eine umfassende Partnerbetreuung an. Bisher war der auf den Vertrieb von Security- und Internet-Software spezialisierte Distributor ausschließlich für den deutschen und schweizerischen Markt zuständig.

In Österreich vertritt Infinigate ebenfalls das gesamte Produktportfolio von Sophos. Dazu gehören sowohl die Enterprise-Lösungen, als auch die Antispam- und Antiviren-Lösungen für kleine und mittelständische Unternehmen (KMUs). Ziel des Ausbaus der Kooperation ist es, die Partnerbetreuung in Österreich vor Ort anbieten zu können und Synergien zu nutzen.

Infinigate startete mit Anfang September auch am österreichischen Markt. Das auf Security und Internet-Software fokussierte Unternehmen vertreibt unter anderem Produkte folgender Hersteller: Aladdin, Astaro, Clearswift, Sonicwall, Sophos, Sun.
http://www.sophos.de
http://www.infinigate.at

Magirus wird EMC-Distributor

Value Add Distributor Magirus und EMC haben ein Distributionsabkommen für die Region EMEA abgeschlossen.

Industrieanalysten erwarten ein weltweites Wachstum im Bereich Storage von sechs bis sieben Prozent im Jahr 2004. Speziell für EMEA wird das Wachstum im Networked Storage Bereich bei kleinen und mittelständischen Unternehmen auf etwa 20 Prozent geschätzt. Magirus engagiert sich seit Jahren im mittelständischen Bereich und unterstützt seine Partner mit einem breiten Angebot an Services und dediziert ausgebildeten und zertifizierten Teams. Das Abkommen mit EMC bietet kleinen und mittleren Unternehmen Zugang zu Midrange Net-

„Wir sehen ein sehr großes Potenzial für Open Storage Systeme, vor allem im mittelständischen Bereich." - **Fabian von Kuenheim**, President und CEO der Magirus AG.

worked Storage Lösungen und deckt den Vertrieb des gesamten EMC Produktportfolios ab. Die EMC Business Unit bei Magirus startet mit einem rund zwanzigköpfigen Team das die Partner in allen Bereichen den Projektgeschäfts unterstützt.
http://www.magirus.com/austria

Shiva VPN Gateways: Sichere und hochleistungsfähige Datenverbindungen

Paul Kerer
CEO Internet Security AG

Eicon Networks, weltweiter Anbieter von Hardware-Plattformen für professionelle Kommunikationsanwendungen, liefert ab sofort vier neue VPN Gateways aus. Die Shiva VPN Gateways basieren auf den bewährten VPN- und Firewall-Technologien der Marke Shiva. Die neue Advanced Business Security Klasse von Eicon Networks bietet zuverlässige Authentifizierung, Datenverschlüsselung mit hoher Leistung, dynamisches Routing und eine Stateful Inspection Firewall. Weitere Leistungsmerkmale der Produktrange sind Multicast Support, unbeschränkte VPN Client-Lizenzen sowie der leistungsfähige und lizenzfreie Shiva Security Manager. Mit 10 bis 10.000 VPN Tunneln bieten die Gateways sichere Connectivity für Unternehmen jeder Größe. Eicon Shiva erlaubt es Unternehmen, ihre Zentralen einfach, sicher und kostengünstig via Internet mit Zweigstellen, Niederlassungen und einzelnen Remote-Usern zu verbinden.

Die Produkte werden mit einem umfassenden Softwarepaket geliefert, welches eine einfache Implementierung und Nutzung gewährleistet. Zentrale Komponente ist der Shiva Security Manager, der die schnelle und flexible Konfiguration und Verwaltung auch mehrerer Geräte erlaubt. Eine integrierte Protokollierungs- und Auswertungsfunktionalität erlaubt Einsicht in Vorgänge des Netzwerks.

INTERNET SECURITY AG

shiva

INTERNET SECURITY AG
Freistädter Strasse 236, A-4040 Linz, Tel: 0732/75 71 68
Johnstrasse 29, A-1150 Wien, Tel. 01/370 94 40
E-mail: sales@internet-security.ag
http://www.internet-security.ag

„Wir wollen das Arbeiten mobil machen“

Anlässlich der Präsentation der Communicator-Modelle Nokia 9500 und 9300 sprach MONITOR mit Mikko Stout, Nokia Head of Terminal Sales Enterprise Solutions Central & Eastern Europe, über Nokias neue Enterprise Group und den damit verbundenen Erwartungen.

Dominik Troger

Nokia 9300 Communicator: „Missing Link“ zwischen Business-Tool und Lifestyle-Mobiltelefon. Der 9300er soll ab 1. Quartal 2005 erhältlich sein und rund 700 Euro kosten. Die „große“ Version, der Nokia 9500 Communicator, ist zusätzlich mit Kamera und Wireless LAN ausgerüstet. Die Unterstützung der BlackBerry-E-Mail-Services wurde angekündigt.

Die „Mobilisierung“ der Business Welt ist in vollem Gange. Schon heute arbeitet rund die Hälfte aller Berufstätigen in Europa mindestens einen Tag pro Woche von unterwegs - Tendenz steigend. Derzeit fehlt es aber noch an integrativen Lösungen, die Telekommunikation und Informationstechnologie so sicher und einfach machen, dass sie auf breiter Basis von Unternehmen jeglicher Größenordnung akzeptiert werden. Dabei spielen auch die Kosten eine Rolle: Denn solange nur ein kleiner Teil der Mitarbeiter solche Lösungen einsetzt, ist es für Unternehmen schwierig den ROI und die Profitabilität des Netzbetreibers voll auszuschöpfen.

„Wir haben bei unseren Marktstudien festgestellt“, erläutert Stout, „dass der Wunsch nach mobilem Zugang zu E-Mails stark ansteigt. Es gibt derzeit die Situation, dass beispielsweise in Österreich 87% von 200 befragten Mitarbeitern im KMU-Umfeld ein Handy besitzen und 82% einen PC. Das Handy wird für Telefonie und SMS verwendet, der PC für E-Mail und Internetzugriff. Es liegt auf der Hand, diese beiden Bereiche zu kombinieren.“

Anwender wollen mobilen E-Mail-Zugriff

Wie Stout ausführt, habe man von Seiten Nokia diesen 200 „Testusern“ auch eine zeitlang ermöglicht, ihre mobilen Devices mit mobilem E-Mail auszuprobieren. Nach Ende des Pilotversuchs haben 40% der Teilnehmer erklärt, dass sie bereit wären, erhöhte Kommunikationskosten für mobiles E-Mail in Kauf zu nehmen. Auch europaweit habe man festgestellt, dass es einen wachsenden Bedarf nach mobilen Lösungen gäbe, zuallererst nach mobilem E-Mail Zugriff.

Diese Verknüpfung von Telekommunikations- und IT-Services ist das erklärte Ziel der neu geschaffenen Nokia Enterprise Solutions. Dabei geht es um das KMU-Segment ebenso wie um den Enterprise-Markt. Nokia hat hier, so Stout eine sehr gute Position: „Die neue Enterprise Group besteht aus den Bereichen Mobile Devices und Security Mobile Connectivity. Enterprise Solutions entwickelt end-to-end Lösungen für Unternehmen: von mobilen Geräten bis zu Gateways, die für mobile Businessanwendungen optimiert sind. Nokia hat bereits 18.000 Gateways abgesetzt und zählt heute zu den führenden Anbietern von Firewalls und VPNs. Wir haben großes Know-how in beiden Bereichen und eine sehr gute Ausgangsposition im Markt.“

Nokia Communicator: „Life goes mobile“

Die neuen Communicator-Modelle sind das erste deutliche Zeichen der neuen Nokia Enterprise-Strategie. Sie eröffnen auch im Bereich Sicherheit neue Möglichkeiten. „Wir können hier erstmals einen Sicherheitslevel anbieten, wie er auch bei Laptops möglich ist“, betont Stout. „Ein Punkt, der vor allem für große Unternehmen sehr wichtig ist.“ Nokia Communicator 9500 ist beispielsweise mit einem Client für IBM WebSphere ausgestattet und unterstützt IBM Tivoli Device Management. Mit ihm lassen sich VPN-Verbindungen ins Firmennetz aufbauen, es gibt einen Client für die Oracle Collaboration Suite und weitere Applikationen. Auch mit SAP wird betreffs Lösungen für mobile Geschäftsanwendungen auf der Nokia Communicator Plattform kooperiert. „Wir wollen universelle Zugriffsmöglichkeiten für mobile Mitarbeiter schaffen“, erklärt Stout, „und gleichzeitig den Sicherheitsbedürfnissen der Unternehmen Rechnung tragen.“ ❑

www.nokia.at

„Wir wollen, dass die Menschen auch mobil E-Mail nützen können.“ - **Mikko Stout**, Nokia Head of Terminal Sales Enterprise Solutions Central & Eastern Europe

Firmen, die an die Einführung von 10GbE (10 Gigabit Ethernet) Strukturen denken, haben durch die Firma KRONE vor kurzem eine große Entscheidungshilfe bekommen. KRONE stellte das neue CopperTen™ System vor. CopperTen ist eine ungeschirmte Cat.6 Verkabelung (UTP), die für 10Gbps über 100 Meter geeignet ist.

10 Gigabit Ethernet: Kupferkabel anstelle von Lichtwellenleitern

KRONE war weltweit die erste Firma, die bei der IEEE Standardisierungs-Konferenz, November 2003 Albuquerque USA, einen technologischen Durchbruch demonstrieren konnte. Zum ersten Mal wurde eine derart hohe Datengeschwindigkeit über ein ungeschirmtes Cat.6 TP-Kabel (UTP) übertragen. Das CopperTen System erfüllt alle Kategorie 6 Standards, bietet aber 10mal mehr Datenrate.

Das zum Patent angemeldete CopperTen Kabel löst das Problem des „Alien Crosstalk" (Interferenz mit - beziehungsweise Störung von - den angrenzenden Kabeln), wofür bis jetzt die Verwendung geschirmter Kabel notwendig war. Der mehr elliptische als runde Querschnitt des Kabels sowie weitere technische Neuheiten garantieren, unabhängig von der Verlegung, genügend Abstand zwischen den Kabelpaaren um die notwendige Spezifikation sicherzustellen. CopperTen ermöglicht es, Systeme zu installieren, die nicht nur mit den herkömmlichen 10/100/1000Mbps Geräten funktionieren, sondern bereits für 10Gbps-Elektronik, die für 2005 erwartet wird, vorbereitet ist. Eine der ersten Installationen mit CopperTen wurde im Datencenter einer in London ansässigen, international tätigen Bank mit 70km CopperTen Kabel und 2000 Ausläßsen realisiert.

Kupfer hat Zukunft

Einige Analysten prophezeien zwar, dass LWL-Netze in der Zukunft unumgänglich sein werden und dass der Zeitpunkt für die Ablösung der auf Kupfer basierenden Systeme durch die hohen Kosten für die „Fiber-Switching-Infrastruktur" nur hinausgeschoben wird. Aber wie die 10Gbase-T Arbeitsgruppe des Institute of Electrical and Electronics Engineers (IEEE) beweist, ist Kupfer noch lange nicht „out".

Diese Arbeitsgruppe wurde beauftragt, den 10GbE Standard für Kupferleitungen, unter dem Namen IEEE802.3an zu entwickeln. Im Juli 2006 soll der Standard ratifiziert werden, der dann die Möglichkeit zur Übertragung von 10Gbps über eine existierende Kupfer CAT6 Strecke von 55m vorsieht. Mit KRONE CopperTen kann die in der strukturierten Verkabelung übliche Streckenlänge von 100m beibehalten werden.

Der derzeitige Standard IEEE802.ae, der für 10Gbps nur Lichtwellenleiter vorsieht, gestattet eine Streckenlänge von 40km bei Singlemode- und 300m bei speziellen Multimode Fasern, für „alte" Multimode Fasern kann sogar die erreichbare LWL Strecke auf merklich unter 100m zusammenschrumpfen.

Informationen zu diesem Thema erhalten Sie von Ihrem KRONE-Händler, der Firma KSI, Kontakt-Systeme Inter GmbH in Wien. KRONE gehört seit Mai 2004 zu 100 Prozent zum US-amerikanischen Telekommunikations-Unternehmen ADC. Für weitere Informationen besuchen Sie bitte www.adc.com.

Video-Signale über eine Glasfaser übertragen

Typische Video-Signal-Quellen sind Kameras, Recorder und Grafik-Karten. Diese analogen Signale können auf digitale Signale konvertiert und über eine Glasfaser verschickt werden.

Die Reichweite bei Multimode-Fasern (50/125 oder 62,5/125) ist, je nach Qualität der Faser, bis zu 2 km. Noch größere Reichweiten erzielt man mit Singlemode-Einheiten, die aber seltener und teurer sind. Nötig sind ein Sendemodul (Konverter: Video auf LWL) und ein Empfänger (LWL auf Video). Bei den Schnittstellen werden

75-Ohm BNC- und ST-LWL-Stecker verwendet.

Kontakt-Systeme Inter Ges.m.b.H.
A-1230 Wien, Richard-Strauss-Str. 39
Tel.: +43/(0)1/61096-0
E-Mail: ksi@ksi.at
http://www.ksi.at

PROMOTION

Innovative Visionen

Mit der ehrgeizigen Vorgabe „INnOvative VISionen“ umzusetzen, hat sich das Schweizer Unternehmen Inovis (www.inovis.ch) 1998 dem Markt vorgestellt. Aus Anlass der Eröffnung der österreichischen Niederlassung in Wien sprach MONITOR mit dem Gründer und Geschäftsführer Andreas Hoesli.

Rüdiger Maier

„Unser Telefone laufen heiß und das E-Mail-Postfach quillt über, obwohl wir erst vor wenigen Tagen die erste Aussendung an potentielle Kunden in Österreich durchgeführt haben“, freut sich Hoesli gemeinsam mit seinem Österreich-Geschäftsführer und Geschäftspartner Milovan Pantelic. Die Inovis Live Automation GmbH ist im Markt der Industrial PC, Storage- & Server-Lösungen, Embedded PC, Display- &Touch-Systeme, Panel PC, Data Akquisition & Communication sowie Automatisierungstechnik als Distributor und Anbieter von begleitenden Lösungen tätig. Das Unternehmen hat 30 Mitarbeiter und erzielte zuletzt einen Umsatz von ca. 10 Mio. Euro.

Fahrscheinautomaten ausgerüstet

Am österreichischen Markt war Inovis auch schon vor der Gründung einer eigenen Niederlassung im großen Zukunftsmarkt der „Öffentlichen Information“ präsent: Als Zulieferer der ebenfalls ursprünglich aus der Schweiz stammenden Firma Ascom lieferte Inovis die Industrie-PCs (IPC) für die Fahrkartenautomaten der öffentlichen Verkehrsmittel in Wien. Diese Automaten werden darüber hinaus in verschiedenen äußeren Designs auch in anderen europäischen Städten zum Einsatz kommen.

„Wir konnten für diesen Auftrag etwa 4.500 IPCs zuliefern, ein sehr schöner Auftrag. IPCs sind natürlich teurer als handelsübliche Konsumenten-PCs, sie vertragen aber auch ganz andere Umweltbedingungen und sind damit wesentlich weniger störungsanfällig.

Da besteht aber immer noch viel Aufklärungsbedarf bei den Herstellern“, weiß Hoesli um die Ausgangsposition. Und er hat beim Gang durch Wien gleich einen weiteren Anknüpfungspunkt gefunden: Die PCs und Touchscreens bei den Verleihstellen der Gratis-Fahrräder seien offenbar mit einer Klimaanlage vor extremen Temperaturen geschützt: „Das ist allerdings im Betrieb viel teurer als gleich echte IPCs und entsprechend resistente Touchscreens einzusetzen. Darüber möchte ich bald mit dem Betreiber sprechen“, so der Schweizer tatkräftig.

Österreich und der Osten

Nach dem letztlich abgesagten Versuch, eine deutsche Firma zu übernehmen und so in den deutschen Markt einzusteigen, habe man sich für den Start am überschaubareren und nach Osten offenen österreichischen Markt entschieden. „Die Österreicher und die Schweizer haben viele Gemeinsamkeiten und finden recht leicht eine gemeinsame Sprache.

Das macht die Geschäft hier angenehmer und leichter.“ Und dann liegen noch Tschechien, Slowakei, Ungarn, Polen und nicht zuletzt Deutschland direkt vor der Haustür. Den ersten öffentlichen Auftritt in der Alpenrepublik hatte das Unternehmen auf der heurigen exponet, wo es sich am Gemeinschaftsstand der Handelskammer Schweiz-Österreich präsentierte. Hier habe man dann mittels Aushang einen Partner gesucht und nun aus den 15 Interessenten mit Milovan Pantelic den richtigen Mann gefunden.

„Wir haben uns bei der Auswahl Zeit gelassen, denn in unserem Geschäft ist Verlässlichkeit und Vertrauen eine Grundvoraussetzung für geschäftlichen Erfolg“, so Hoesli. Denn die verkauften Produkte halten sehr lange und müssen über die ganze Lebenszeit durch garantiertes Service und stabile Kundenpflege betreut werden. Das sei ganz anders als im schnellen PC-Endkundengeschäft, wo es immer mehr um den raschen, wenn auch einmaligen Verkauf gehe und man auch von den Kunden keine Treue erwarten könne. Auch die EU-Richtlinien und die damit verbundenen Prüfungen sind aufwändig und kostspielig, da die entsprechenden Geräte oft in heiklen Bereichen wie Krankenhäusern, Industrieanlagen, in der Verkehrsleittechnik, bei Prüfgeräten etc. zum Einsatz kommen. Also achten die Hersteller gut darauf, einmal zugelassene Komponenten nicht so schnell wieder zu tauschen. Dabei gehe es oft - wie bei den IPCs - nicht um höhere Rechnerleistungen wie im Konsumenten-PC, sondern um

Inovis-Gründer und Geschäftsführer **Andreas Hoesli** (rechts) und Inovis-Österreich-Geschäftsführer und Geschäftspartner **Milovan Pantelic** (links) bei der Eröffnung ihres neuen Büros in Wien

Inovis in Österreich

Inovis Österreich (www.inovis.co.at) wird sich primär auf die Produktgruppen der Muttergesellschaft in der Schweiz konzentrieren. Das sind: Assemblierte IPC Systeme, tragbare Industrie PC & Notebooks, NAS (Network Attached Storage), Panel PC/POI/POS/HMI/Kiosk Systeme, Displays und Monitore, LCD Module und Touchscreen, CPU Karten, Flash Lösungen und Laufwerke, Grafik Controller, Backplanes, IPC Gehäuse, Industrielle Netzteile etc. Mittelfristig ist die Expansion der Firma auf 6-10 Mitarbeiter geplant. Inovis wird auf der SMART - Automation Austria (www.smart.automation.at) vom 6.-8. Oktober 2004 im Design Center Linz ausstellen.

Stabilität und Langlebigkeit. Auch das Service der Geräte wird dadurch einfacher. Einfachheit ist für langlebige Lösungen grundsätzlich wichtig; „Oft werden Dinge überkompliziert gelöst und sind damit anfälliger und teurer. Wir suchen immer nach einem möglichst einfachen, aber überzeugenden Ansatz, mit dem wir den Kunden gewinnen und eine funktionierende Lösung sicherstellen können", umreißt Hoesli die Firmenphilosophie.

Internet-Marketing bringt Erfolg

Durch die Vielzahl der Komponenten und Produkte - insgesamt sind etwa 5.000 Produkte in der Online-Datenbank - hat der Online-Auftritt des Unternehmens die Anfertigung von Produktkatalogen abgelöst. „Wir haben vor etwa zwei Jahren über 100.000 € in die Neugestaltung unserer Homepage investiert, hatten aber damit zunächst wenig Erfolg", erinnert sich Hoesli an einen wichtigen Lernprozess. An der Vielfalt der Suchmöglichkeiten konnte es wohl kaum liegen: Man kann hier nach genauen Kriterien suchen und auch unterschiedliche Hersteller vergleichen. Die Produkte werden laufend aktualisiert, viele Komponenten werden direkt vor Ort über eine eigene Niederlassung in Taiwan eingekauft.

Im heurigen Jänner wurde schließlich ein Internet-Marketing-Spezialist zugezogen, der die Indexierung/Verlinkung der Homepage so organisierte, dass sie nun auf den Suchmaschinen auf den oberen Positionen aufscheint. „Das ist wirklich eine eigene Wissenschaft und man muss dafür die Regeln der Suchmaschinen sehr genau kennen. Aber jetzt sind wir mit dem Erfolg äußerst zufrieden." Jeder anfragende Kunde erhält einen Link auf das gewünschte Produkt. Fragen von Kunden werden in die FAQ-Datenbank (frequently asked questions) übergeleitet, um so auch anderen Kunden zur Verfügung zu stehen. Die Daten werden zentral verwaltet - was bei der riesigen Datenmenge entscheidend für schnelle Antwortzeiten ist - und über individuell gestaltbare Ausgabefenster angezeigt. So gerüstet sieht Hoesli noch viele Wachstumsgebiete vor sich: Öffentliche Information (etwa in öffentlichen Verkehrsmitteln), Verkehrsleittechnik, Prozessvisualisierung, Medizintechnik, Endprüfgeräte sowie weiterhin die klassischen Segmente Maschinenbau und Elektronik. ❑

A4-Drucker-Flaggschiff mit 8-Tintensystem

Canon präsentiert sein neues Flaggschiff unter den professionellen A4-Fotodruckern: Der iP8500 mit 8-Tintensystem und bis zu 4.800 x 2.400 dpi Auflösung.

Auch der iP8500 verwendet Canons „transparentes" Single Ink-System, bei dem jede Tinte in einem separat austauschbaren Tintentank untergebracht ist.

Er sorgt mit dem von Canon entwickelten ChromaPLUS System mit zusätzlichem Rot und Grün für lebendige und gesättigte Farben. Die FINE Druckkopf-Technologie (Full-photolithography Inkjet Nozzle Engineering) sorgt für Tintentröpfchen mit einer konstanten Größe von nur 2 Picolitern. Der Druckkopf des iP8500 hat 6.144 Mikrodüsen. Das Resultat ist ein verfeinertes Druckbild mit einem Plus an Schärfe, Kontrast, Farbraum und Farbdynamik.

Canons ChromaPLUS Technologie setzt dabei insgesamt acht Farbtinten ein: Cyan, Magenta, Gelb, Foto-Cyan, Foto-Magenta, Schwarz, Rot und Grün. Die dye-basierten Tinten sorgen bei Fotoprints für lebendige Farben und ausgeprägten Kontrast. Durch Hinzunahme von hoch gesättigtem Rot und Grün können die Farbübergänge von Gelb nach Rot beziehungsweise von Gelb nach Grün besser wiedergegeben werden. Die Farbsättigung im hohen Chromrot-Bereich konnte - im Vergleich zu einem Fotodrucker mit 6-Tintensystem - erheblich verbessert werden.

Für einen DIN A4-Fotoprint benötigt der iP8500 nur etwa 34 Sekunden, ein Randlosprint in Postkartengröße (10 x 15 cm) ist nach ungefähr 21 Sekunden gedruckt. Randlose Bilder sind auch im Kreditkartenformat (54 x 86 mm) möglich, in 13 x 18 cm und natürlich auch in DIN A4. Textdokumente werden mit bis zu 17 Seiten pro Minute in Schwarzweiß oder bis zu 15 Seiten pro Minute in Farbe ausgegeben.

Der iP8500 arbeitet mit einer USB 2.0 Hi-Speed Schnittstelle, die die Übertragung großer, hoch aufgelöster Farbbilddateien mit einer der Leistung des Druckwerks entsprechenden Geschwindigkeit ermöglicht. Leistungsstarke Software darf nicht fehlen: Die Anwendungen Easy-PhotoPrint und Photo-Record unterstützen den Nutzer unter anderem beim Erstellen individueller Fotoprints oder Fotoalben.

Der iP8500 kostet 419,- Euro unverbindliche Preisempfehlung inkl.MwSt.
http://www.canon.at

Linux Multimedia Tastatur

Cherry präsentiert eine Linux Multimedia Tastatur im speziellen Linux-Design.

Mit der neuen Cherry CyMotion Master Linux-Tastatur stehen dem Anwender 29 Hot Keys zur Verfügung, die frei programmierbar sind und die zur Steuerung von Multimedia-, Internet- oder Office-Funktionen unter Linux genutzt werden können, zum Ausführen von Programmen und zum schnellen Wechsel zwischen unterschiedlichen Desktops.

In der oberen Design-Blende der Tastatur befinden sich die Internet- und Multimedia-Keys. Die Internet-Keys dienen zum Aufrufen einer Suchmaschine und um Internet-Seiten vor bzw. zurückzublättern, die Multimedia-Keys steuern die Funktionen Play, Stopp, Vorlauf und Rücklauf. In der unteren Blende finden sich, in zentraler Lage, die Main-Keys zur Lautstärkeregelung bzw. Ton-Abschaltung und für die Media-Player-Auswahl. Die mitgelieferte Software ermöglicht es dem Anwender das Keyboard an seine persönlichen Anforderungen anzupassen.

Mit dabei: eine CD mit Suse Linux 9.1. Preis: EUR 39,95 (unverbindliche Preisempfehlung, inkl. MwSt.).
http://www.cherry.at

Worauf es bei der Fertigung von DVD R-Rohlingen ankommt, davon konnte sich MONITOR „vor Ort“ überzeugen: im Produktionswerk von Sky Media im westschweizerischen Yvonand.

Adolf Hochhaltinger

DVD±Rs: Qualität ist alles!

Einer der führenden Hersteller optischer Datenspeicher in Europa zu werden, hatte sich Sky Media zum Ziel gesetzt. Das im Jahr 2000 gegründete Unternehmen ist inzwischen mit seinen Produkten - Rohlinge für CD-R, DVD+R und DVD-R - europaweit vertreten.

Um diese Produkte zu vermarkten, gründete Sky Vertriebsbüros und Niederlassungen in Spanien, Frankreich, Deutschland, England und den Niederlanden und arbeitet zudem intensiv mit den großen europäischen Retailern zusammen. Ein zweites Werk in der Slowakei ist im Aufbau und soll bereits in knapp einem Jahr in Betrieb gehen. Zudem will man in Zukunft im Schweizer Werk auch LCD-Fernseher und ähnliche Produkte der Konsumelektronik erzeugen.

Rasche Entwicklung

Sky Group SA mit Hauptsitz in Luxembourg wurde im November 2000 gegründet, und bereits im April 2002 lief die Produktion von CD-Rs im Schweizer Werk an. Der Ausstoß liegt inzwischen bei 10 Mio. Stück pro Monat. Seit Februar 2004 laufen hier auf sieben Produktionsstraßen des deutschen Fabrikats „Singulus“ DVD-Rohlinge beider Standards - DVD-R und DVD+R - für 8x-Brenner vom Band. Sky Media ist damit der erste Hersteller, der diese 8x-DVD-Rohlinge in Europa fertigt.

Das Werk ist übrigens seit Juli 2004 ISO-9001:2000-zertifiziert. Das Unternehmen Sky Media erwirtschaftet mit 200 Mitarbeitern heuer einen Umsatz von ca. 43 Mio CHF (29 Mio €) und einen Nettogewinn von 9 Mio CHF (5,8 Mio €).

Fertigung in höchster Reinheit

Nun steckt der Teufel bekanntlich immer im Detail, und dies gilt ganz besonders für die Erzeugung von DVD-Rohlingen. Einige der Fertigungsprozesse sind in puncto Präzision sehr heikel, aus diesem Grund muss beispielsweise die gesamte Fertigung unter Reinraum-Bedingungen stattfinden: das Betreten dieser Räumlichkeiten ist nur mit Schutzkleidung erlaubt. In den Maschinen selbst herrschen noch weit anspruchsvollere Bedingungen bezüglich Staubfreiheit, dafür sorgt schon eine eigene Luftversorgung mit einem aufwändigen Filtersystem, das diese Maschinen extra mit speziell gefilterter Luft versorgt. Damit ist in ihrem Inneren noch eine um einige Zehnerpotenzen höhere Staubfreiheit gewährleistet als im „gewöhnlichen“ Reinraum.

Diese Fertigungsstraßen beinhalten sämtliche Fertigungsschritte. Die Präzision beginnt schon beim Gießen der beiden Layer aus Polycarbonat - Layer 0 mit der eingeprägten Rillenstruktur der späteren DVD±R, Layer 1 ohne diese Besonderheit, in automatischen Extrudern. Danach durchläuft Layer 0 den Beschichtungsprozess, in den die für den späteren Schreibvorgang aktive Schicht in flüssiger Form („Dye“) aufgebracht wird. Nach dem Trocknen werden die beiden Layer „zusammengebacken“.

Während die DVD+R damit auch schon fertig ist, muss die DVD-R danach in einem eigenen Schreibvorgang mit den erforderlichen Markierungspunkten versehen werden, an denen sich später die Brenner orientieren können. Dies geschieht in einem eigenen Fertigungsschritt.

Ständige Kontrollen

Während all dieser Vorgänge gilt es, eine ganze Reihe verschiedenster Parameter ständig zu überprüfen, die allesamt Einfluss auf die Qualität des Datenträgers haben können. Das beginnt schon beim frisch geprägten Layer 0; bereits hier wird die Präzision, die Tiefe und die Flankensteilheit der Rillen („Grooves“) immer wieder überprüft. Hierzu wird stichprobenartig alle 20 Minuten ein Exemplar gezogen und mit optischen Messverfahren gecheckt; parallel dazu wird mehrmals täglich bei einzelnen Exemplaren die Qualität der gesamten Rille von A bis Z untersucht - ein Vorgang, der pro Exemplar immerhin rund zwei Stunden dauert.

Auch nach dem Beschichten mit der aktiven Schicht (Dye) werden wieder ähnliche Prüfungen durchgeführt, denn auch bei diesem Vorgang können sich Abweichungen wie beispielsweise eine zu dicke oder zu seichte Schicht Dye ergeben, die sich auf die Qualität des späteren Datenträgers negativ auswirken.

Fehler schnell aufdecken

Dies ist überhaupt die wichtigste Aufgabe der permanenten Qualitätskontrollen in dieser Fertigung: Sämtliche Abweichungen, die durch das „Driften“ bestimmter Einstellungen oder anderer Größen passieren können, so schnell wie möglich abzufangen und sie durch entsprechende Justierungen der betreffenden Einheit zu kompensieren.

Dabei ist Zeit gleich Geld: Je schneller solch eine Abweichung entdeckt wird, desto weniger Ausschuss wird produziert. Und weil

GESTERN DACHTE ER, ES IST ZU TEUER.
HEUTE NUTZT ER DIE EXPONET

Denn gestern ist gestern. Heute gibt es exponet-Auftritte auch für kleinere Budgets. Sie sind schnell aufgebaut, preisgünstig in der Miete und genau an aktuelle Bedürfnisse angepasst. Und damit ideal für Unternehmen auf Sparkurs. Sind Sie bereit, Ihre Vorurteile von gestern zu vergessen?

exponet

INFOS UNTER WWW.EXPONET.AT ODER TEL. (01) 512 99 00

eine komplette Überprüfung eines Rohlings inklusive aller Parameter eben zwei Stunden dauert, setzt man hier parallel dazu auch auf eine „Schnelldiagnose", die zwar nicht so aussagekräftig ist wie die Gesamtprüfung, aber dafür einen wesentlichen Vorteil bietet: Ihre Ergebnisse stehen bereits nach rund zwanzig Minuten zur Verfügung und können in vielen Fällen bereits eine erste Nachjustierung auslösen, die ihrerseits eine Menge Ausschuss vermeiden kann. Da aber nicht alle Fehlerquellen in diesen „Schnellverfahren" zu Tage treten, behält auch die langsamere, aber vollständige Fehlererfassung durch die Gesamt-Prüfung ihre Berechtigung.

Über eine Million Euro

Dementsprechend wird dafür auch ein hoher Aufwand getrieben: So repräsentieren alleine die hierzu in der Qualitätskontrolle installierten Mess- und Prüfgeräte für die DVD±R-Fertigung einen Wert von mehr als einer Million Euro.

Damit werden einerseits - jeweils mit verschiedenen Messverfahren, die parallel laufen - die Rohlinge aus laufender Fertigung untersucht, und andererseits wird versucht, mit einer Reihe von Referenzgeräten namhafter Hersteller standardisiertes Daten- und/oder Videomaterial auf die Datenträger beider Standards DVD+R und DVD-R zu „brennen". Auch diese Ergebnisse werden einmal pro 12-Stunden-Schicht akribisch untersucht.

Die richtige Brenn-Strategie

Bei diesem Punkt gibt es eine enge Zusammenarbeit mit den Herstellerfirmen der DVD-Brenner. Der Grund ist: Gerade beim Brennen von 8x- und 16x-Rohlingen muss der Brenner bereits Rücksicht auf verschiedene Parameter nehmen. So ändert sich beispielsweise die Einstellung der Laserenergie beim schnelleren Brennen nicht linear, sie erfordert mit steigendem Tempo eine Art „Korrekturfaktor", der noch dazu davon abhängt, wie hoch der Anteil an aktiven Pits in der Umgebung des Lasers im Augenblick ist.

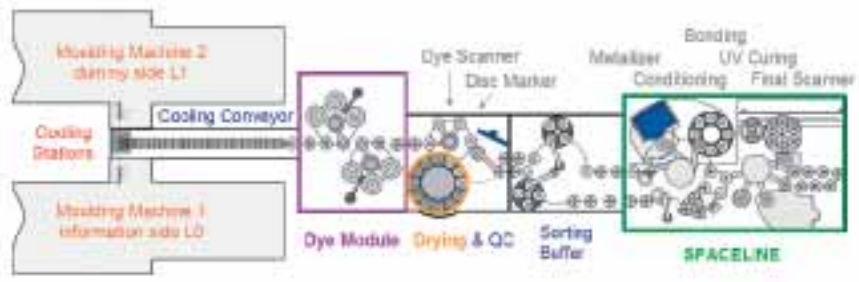
Je mehr aktive Pits zu brennen sind, desto kürzer muss der Laser aktiviert werden, damit nicht an diesen Stellen durch die thermische Energie ein Zuviel an Wärme entsteht, die sich dann *vor* und *nach* den einzelnen Pits auswirken und deren Länge verfälschen könnte. Das Ergebnis wären Pits mit falscher Länge und damit Datenfehler.

Um dies zu vermeiden, muss - für jede Type von Medium und jede Brenngeschwindigkeit extra! - jeweils ein Korrekturfaktor eingegeben werden, sonst kann das Ergebnis des Brennvorganges unter Umständen zum Fiasko werden.

Wo gibt es ein Firmware-Update?

Auf diesem Gebiet existiert übrigens bei vielen Herstellern von DVD-Writern wohl noch Entwicklungsbedarf. Denn ein DVD-Brenner kann nur auf jene Medientypen optimal speichern, die seine Firmware erkennt. Deshalb kann es passieren, dass ein Anwender mit seinem neuen DVD-Writer unter Umständen bereits nach wenigen Monaten nur mehr schlechte Resultate erzielt. Die Ursache ist dann meist eine neue Generation von Medien, die der Anwender guten Glaubens gekauft hat und die sein Brenner mangels neuester Firmware nicht mehr erkennt. Anstatt den Anwender darauf aufmerksam zu machen, dass dieser Typ von Medien noch nicht in der Firmware erfasst ist und ihm zugleich ein Update dieser Firmware via Internet vorzuschlagen, schaltet der Brenner auf stur und benutzt seine „Standardeinstellung". Diese „Standardeinstellung" ist möglicherweise für die verwendeten Medien alles andere als optimal, ebenso zweifelhaft scheinen dann die Ergebnisse dieser Brennvorgänge.

Während dieses Problem bei den 1x- und 2x-Brennern noch weniger relevant war, steigt die Bedeutung der jeweils zum verwendeten Medium passenden Brennstrategie mit dem Tempo. Die Chance, eine 8x (oder gar 16x) DVD „blindlings" korrekt zu brennen, ähnelt eher einem Glücksspiel als einem technisch beherrschbaren Vorgang.



Fertigungsstraße für DVDs

Erste Erfolge

Mit ihrer kompromisslosen Jagd nach Qualität konnte Sky Media inzwischen erste Erfolge verzeichnen, so steht Sky derzeit in Europa bei den DVD-Rohlingen auf Platz fünf der Erfolgsliste und in Deutschland gar auf Platz drei, wie eine GfK-Untersuchung kürzlich ergab. Hierzu trägt auch die Zusammenarbeit mit den großen Handelsketten wie etwa MediaMarkt, Karstadt, ProMarkt, Saturn, Expert und Carrefour bei.

Schon im Kürze - genauer: im vierten Quartal 2004 - wird im Werk Yvonand auch die Fertigung von LCD-TV-Empfängern anlaufen, auch hier will man mit 40.000 Geräten pro Monat den europäischen Markt erobern. Im gleichen Quartal wird auch die Fertigung von Double-Layer-DVDs anlaufen. Hier sieht Sky Media große Möglichkeiten auf dem europäischen Markt. Und in das neue Werk in Nove Mesto nad Vahom in der West-Slowakei werden in den nächsten fünf Jahren ca. hundert Mio € investiert werden. Damit werden rund 1.000 neue Arbeitsplätze geschaffen. Das Werk wird von der slowakischen Regierung gefördert. ❑

Internet Links

www.skymediamanufacturing.com
www.dvdforum.org/ (DVD-R)
www.DVDplusRW.com/ (DVD+R)
www.singulus.de/ (Fertigungstechnologie)
www.datarius.com/ (DVD-Messtechnik)
www.drschenk.com/ (DVD-Messtechnik)
www.audiodev.com/ (DVD-Messtechnik)
forum.rpc1.org (Firmware Forum)

„Arbeitsmaschine“ für den KMU-Markt

Neue Modelle der WorkCentre Produktreihe von Xerox bieten Lösungen für kleine bis mittlere Arbeitsgruppen.

Die Modelle WorkCentre 415, Work- Centre 420 und WorkCentre Pro 420 sind als Tischgerät, Kopierer oder auch in der Kombination Kopierer/ Drucker erhältlich und als Lösungen für den SOHO/KMU Bereich konzipiert. Sie sind für ein durchschnittliches Druckvolumen von 2.000 bis 10.000 Drucken ausgelegt und ermöglichen auch Kopieren und Drucken im Netzwerk.

Das Multifunktionsprodukte sollen die übliche Ansammlung von Druckern und Kopierern ersetzen und damit weitere Vorteile generieren: das Büro gewinnt zusätzliche Stellflächen und oft intransparente Wartungsvereinbarungen für verschiedene Geräte sind Vergangenheit. Die WorkCentre-Reihe wurde für die Anforderungen der Dokumentenproduktion in kleinen und mittleren Arbeitsgruppen und dem Wunsch nach A3-Kopiermöglichkeit konzipiert.

- Die WorkCentre 415 kann mit 15 Seiten pro Minute kopieren und drucken und bietet eine Auflösung von 600 x 1800 dpi.
- WorkCentre 420 arbeitet mit einer Geschwindigkeit von 20 Seiten pro Minute bei einseitigen Dokumente und 11 Seiten pro Minute bei zweiseitigen Dokumenten. Sie ist die Wahl für Arbeitsgruppen mit einem durchschnittlichen Druckvolumen von monatlich bis zu 10.000 Seiten.
- WorkCentre Pro 420 bietet eine Output-Leistung von 20 Seiten pro Minute bei einseitigem Druck und 12 Seiten pro Minute bei zweiseitigen Dokumenten (Druckgeschwindigkeit jeweils bezogen auf A4).

http://www.xerox.at

Arbeitsplatz-Drucker von Brother

Brother möchte mit den mit den neuen Laserdruckern HL-5150D und HL-5170DN den Druckkomfort im Büroalltag erhöhen.

Komfortabler Bürodrucker: Brother HL-5150D

Der HL-5150D liefert bis zu 20 Seiten pro Minute bei einer Auflösung von 2400 x 600dpi. Er ist dank der Emulationen PCL6, PostScript 3, IBM Proprinter XL und Epson FX-850 vielfältig einsetzbar. Die parallele und die USB 2.0 Schnittstelle ermöglichen den Anschluss an Windows- und Apple Macintosh Rechner.

Über die integrierte Broschürendruck-Funktion wird aus einem mehrseitigen A4-Dokument automatisch eine handliche A5-Broschüre. So können direkt am Schreibtisch Preislisten, Telefonlisten, Infobroschüren und Prospekte erstellt werden. Mit einem Speicher von 16MB RAM ist der HL-5150D für die meisten Druckjobs gut gerüstet. Der unverbindlich empfohlene VK-Preis beträgt Euro 349,- inkl. MwSt. Der HL-5170DN ist ein Netzwerkdrucker mit 10/100 BaseTX - Schnittstelle und Duplexfunktion und für den Einsatz in kleineren Arbeitsgruppen. Mit der BRAdmin Professional Software für Windows können vernetzte HL-5170DN in TCP/IP und IPX/SPX-Umgebungen administriert werden. Der unverbindlich empfohlene VK-Preis beträgt Euro 549,- inkl. MwSt.

http://www.brother.at.

„Multifunktionalgeräte sind Zukunftsmarkt“

Der Trend geht zu digitalen, multifunktionalen Peripheriegeräten, die sich nahtlos ins Büro-Netz einbinden lassen. Mit Develop hat sich im Frühjahr ein neuer Anbieter in Österreich vorgestellt. MONITOR sprach mit Gabriele Brunner, Marketing & Sales Manager Develop Österreich.

Dominik Troger

Develop ist in Deutschland schon lange ein Begriff. Warum erfolgte erst heuer der Start in Österreich?

Develop wird in kleinem Rahmen schon länger am österreichischen Markt vertrieben. Develop wurde 1948 in Stuttgart gegründet und wurde nach bereits mehrjähriger erfolgreicher Zusammenarbeit 1986 eine 100%-Tochter von Minolta. Die Fusion von Konica und Minolta im vergangenen Jahr hat natürlich die Rahmenbedingungen ein wenig verändert. Für den großen Österreich-Start wollte man im Konzern gut vorbereitet sein, um den Erfolg der Marke zu gewährleisten.

Durch diese Fusion der beiden Konzerne zu Konica Minolta hat sich hierzulande die Möglichkeit ergeben, den ehemaligen Konica-Generalimporteur, die Firma Dorfmeister, zusätzlich zu I.Q. Bürotechnik in das Develop-Boot zu holen. Diesen wichtigen Vertriebskanal wollten wir natürlich unbedingt von Beginn an dabei haben, weshalb wir das Timing unseres Starts gut überlegen mussten. Im April 2004 waren dann alle Voraussetzungen ideal, der perfekte Zeitpunkt für einen erfolgreichen Beginn war gegeben - und die bis dato erzielten Erfolge geben uns Recht.

Der Markt für multifunktionale Drucksysteme im Office-Bereich ist heiß umkämpft. Wie schätzen Sie diesen Markt ein?

Wir von Develop sind überzeugt, dass Multifunktionalgeräte (MFG) den Markt der Zukunft darstellen, da die Vereinigung von drei bis vier Geräten in einem System dem User erhebliche Vorteile bringt. Schon allein die Anschaffungskosten für ein MFG sind wesentlich günstiger als die Einzelkosten eines Druckers, Kopierer, Scanner und Faxgerätes. Auch die Ersparnis bei Verbrauchsmaterial und Servicekosten sind für Unternehmen im Vergleich zu handelsüblichen Tintenstrahl- oder klassischen Laser-Desktopgeräten enorm.

Farbe im Büro ist derzeit ein großes Thema, wie sieht man das bei Develop?

Auch bei Develop steht das Thema Farbe im Büro ganz oben auf der Liste. Reine Schwarz-/Weißsysteme werden in den nächsten Jahren zu einem großen Teil von Farbgeräten abgelöst werden. Daher hat Develop vor zwei Monaten die neue

QC2235plus gelauncht. Dieses Druck-, Kopier- und Scansystem wurde bereits von Facts mit dem Testurteil „Sehr gut“ und mit dem Bertl´s Best Spring Award 2004 ausgezeichnet. Das Gerät besticht durch hervorragende Druckqualität zu einem äußerst attraktiven Preis. Mit dieser Maschine wird erstmals ein ähnlicher Schwarz-Click-Preis wie von reinen Schwarz/Weiß Maschinen erreicht - mit dem Plus an Farbe ohne Abstriche in der Qualität. Somit ist die Develop QC2235plus nicht nur für den Office Bereich, sondern auch für den Grafik-Markt äußerst attraktiv.

Wodurch unterscheidet sich Develop vom Mitbewerb?

Develop Multifunktionalsysteme werden in Österreich nur über den ausgewählten Fachhandel vertrieben. Dadurch wird dem Kunden die Möglichkeit geboten, zusätzlich zu einem Develop-System auch seinen gesamten Bedarf an elektronischen Bürogeräten wie z.B. PC, PC-Netzwerke und natürlich auch Software sowie Integrationsdienstleistungen aus einer Hand zu decken. Die Develop-Partner sind bestens renommierte Systemlieferanten und ein perfektes Service versteht sich natürlich von selbst.

Es gibt derzeit zwei Partner in Österreich, Dorfmeister und I.Q. Bürotechnik. Soll dieses Vertriebsnetz noch ausgebaut werden?

Das derzeit bestehende Vertriebsnetz wird gemeinsam mit diesen beiden Develop Partnern zügig ausgebaut. Zur Zeit sind unsere Partner in den Bundesländern Wien, Niederösterreich, Burgenland, Oberösterreich, Salzburg, Tirol und Vorarlberg selbst vertreten. An der Ausweitung dieser Präsenz wird bereits gemeinsam gearbeitet.

Welche Erwartungen gibt es für das erste Develop-Jahr in Österreich?

Natürlich sind uns die Ergebnisse des ersten Develop-Jahres sehr wichtig, da sie den Grundstein für den Erfolg legen. Viel wichtiger sind uns jedoch die langfristig gesteckten Ziele, nämlich erfolgreich eine Marke mit viel Potenzial am österreichischen Markt zu etablieren, so wie es Develop schon in vielen anderen Ländern bereits ist. Mittelfristig ist es natürlich das Ziel, einen zweistelligen Marktanteil zu erreichen.

Herzlichen Dank für das Gespräch.

www.develop.at

OKI SERIEN C3100 UND C5000

Die Proteste häufen sich! Das Warten auf quälend langsame Tintenstrahldrucke, die Rennerei in den Copy-Shop für teure Farbseiten – viele kleine und mittlere Betriebe lassen sich das nicht mehr bieten. Warum auch? Die neuen OKI Drucker sind da. Noch schneller, noch brillanter – noch günstiger.

Besuchen Sie unsere Homepage **www.oki.at** und erfahren Sie dort mehr über Produkte und Angebote sowie Bezugsquellen.

JETZT IN DIE VIRTUELLE ROADSHOW EINSTEIGEN:
HTTP://SHOWTIME.OKI.AT

OKI SYSTEMS
IZ-NÖ-SÜD, STRASSE 2/M7/1
A-2355 WR. NEUDORF
TEL: +43 (0)2236-677110
FAX: +43 (0)2236-677110-999
E-MAIL: OFFICE@OKI.AT

OKI. Der Spezialist für professionelle Drucklösungen.

OKI

20 Jahre HP LaserJets - 20 Jahre Innovation

Im Jahre 1984 hat HP den HP LaserJet Classic eingeführt. Seitdem wurden weltweit über 75 Millionen Geräte verkauft. Und das Unternehmen investiert jährlich mehr als eine Milliarde US-Dollar in Forschung und Entwicklung, um professionellen und privaten Anwendern kostengünstige digitale Farbdrucklösungen zu bieten.

Der LaserJet ist eine der erfolgreichsten Lösungen von HP und wurde bisher in über 200 verschiedenen Modellen auf den Markt gebracht. Während der erste HP LaserJet mit 8 Seiten pro Minute druckte, liegt die Ausgabegeschwindigkeit der neuesten Farblasergeräte bei bis zu 50 Seiten pro Minute. Der Laserdruck in Farbe ist mit der Einführung des ersten HP Color LaserJet für unter 500 Euro (HP CLJ 2550) jetzt für alle Anwender eine preisgünstige Option.

Die neuen Lösungen sind nicht nur kostengünstig, sondern dank ihres Designs auch besonders bedienerfreundlich. Intelligente HP Druckkassetten mit neuer Toner-Rezeptur sowie innovative Farbtechnologien sorgen in Verbindung mit HP Druckmedien für optimale und beständige Druckergebnisse.

Die Mehrzahl der HP Farbtechnologien arbeiten mit CMYK Plus- und Closed-Loop-Farbkalibrierung, die professionellen Grafikanwendern eine bessere Kontrolle sowie Farbgenauigkeit bei der Produktion professioneller Dokumente ermöglichen. Gemeinsam mit Branchenführern wie zum Beispiel Microsoft, Adobe, Apple, Gretag McBeth, EFI und Quark bietet HP Lösungen, mit denen die Kunden die Möglichkeiten des Farbdrucks optimal nutzen können.

Der Gesamtmarkt für Farbdrucklösungen bietet ein hohes Wachstumspotenzial. Nach Schätzungen von HP wird der Markt für Büro-Farbdrucker von derzeit 7,1 Milliarden US-Dollar jährlich um 20 Prozent wachsen und bis 2006 einen Umfang von 10,2 Milliarden US-Dollar erreicht haben.

HP baut sein Portfolio an leistungsfähigen Farbdruckern für die spezifischen Kundenanforderungen weiter aus und hat so im Sommer 2004 mit dem HP Color LaserJet 4650 einen bedienerfreundlichen und produktiven Inline-Drucker für professionelle Farbdrucke zum Preis ab 1.799 Euro auf den Markt gebracht.

www.hp.com/austria

Hersteller	Produktname	Auflösung in dpi	Seiten / Minute	Papierformate	Arbeitsspeicher Standard.	Arbeitsspeicher maximal	Interface			Papiervorrat	Papiervorrat opt.	Besonderheiten	Endpreis (inkl. MwSt.)	Bezugsquelle
							Parallel	Ethernet	USB					
BROTHER	HL-2700CN	600x600 (2400 mit CAPT)	38SW/8F	A4	64	576	✔	✔	✔	250	780	CF Speicherkarten Steckplatz für Speicherung von Fonts, Makros, Optionen: Duplexeinheit (ermöglicht automatischen Broschürendruck), Papiekassette für 530 Blatt	1.049,-	Brother 01/610 07-0
DELL	Dell 3100cn	600x600 (2400IQ)	25SW/5F	A4	64	576	✔	✔	✔	150+250	200 od. 500	Duplex optional, ausgelegt für bis zu 45.000 Seiten pro Monat	563,-	Dell Computer Infoline 01/79 56 76 71 38
EPSON	Epson AcuLaser C1900	600x600 (2400 enhanced)	16SW/4F	A4	32	1024	✔	✔	✔	200	700	Optional: Duplexeinheit, Epson Type-B interface Slot, Optionen für Wireless 802.11b möglich	961,-	Epson Infoline (Gebührenpflichtig!) 0810 200 113
EPSON	Epson AcuLaser C4100	600x600 (2400 enhanced)	24SW/24F	A4	64	1024	✔	✔	✔	100	500		2.273,-	Epson Infoline (Gebührenpflichtig!) 0810 200 113
EPSON	Epson AcuLaser C900	600x600 (2400 enhanced)	16SW/4F	A4	16	144	✔		✔	200	700		459,-	Epson Infoline (Gebührenpflichtig!) 0810 200 113
HEWLETT-PACKARD	Color LaserJet 2550	600x600	19SW/4F	A4	64	192	✔	✔	✔	375	500	Instant-On-Technologie (praktisch keine Aufwärmzeit), bis zu 30.000 Seiten pro Monat, inkl. HP Web Jetadmin, manueller Duplex-Druck.	ab 499,-	Hewlett-Packard 01/250-00-0
HEWLETT-PACKARD	Color LaserJet 3500	600x600	12SW/12F	A4	64				✔	350	500	In-Line-Technologie, bis zu 45.000 Seiten pro Monat, inkl. HP Web Jetadmin und zweizeiligem LCD-Display, ext. Printerserver	ab 799,-	Hewlett-Packard 01/250-00-0
HEWLETT-PACKARD	Color LaserJet 4650	600x600	22SW/22F	A4	Bis 288	Bis 544	✔	✔	✔	600	1600	Duplex, bis zu 85.000 Seiten/Monat, 4-zeilige LCD, inkl. HP Web Jetadmin, optional: Bluetooth, LocalTalk, Wireless Ethernet, 20GB Festplatte	ab 1.799,-	Hewlett-Packard 01/250-00-0
KONICA-MINOLTA	magicolor 2300 Desklaser	2400x600	16SW/4F	A4	250	500	✔	✔	✔	250	500	Opt. Duplex, Polymer-Toner-Technologie für feinste Farbverläufe und ein schärferes Druckbild. Black Only Treiber: Administrator können auf bestimmten Arbeitsplätzen reine s/w Druckertreiber installieren u. nach Bedarf Farbe freigeben	599,-	KONICA MINOLTA BUSINESS SOLUTIONS 01/878 82-0
KONICA-MINOLTA	magicolor 5430 Desklaser	2400x600	20SW/20F	A4	250	2x500		✔	✔	250	500	Opt. Duplex, Polymer-Toner-Technologie für feinste Farbverläufe und ein schärferes Druckbild, Prismlaser-Technologie, erster Ausdruck nach ca. 14 Sekunden Farbe/Schwarz-Weiss	1.199,-	KONICA MINOLTA BUSINESS SOLUTIONS 01/878 82-0
KONICA-MINOLTA	magicolor 7300	600x600	A4: 21SW/21F	A4, A3+	256	512	✔	✔	✔	750	2x500	Optionale Duplexeinheit + Einzelblatteinzug, opt. Festplatte, Accounting, Farbmanagement, Overlay, Bannerdruck über Einzelblatteinzug, Polymer-Toner-Technologie, jeder einzelne Pixel kann in 16 Farbschattierungen unterteilt werden, Black Only Treiber	4.799,-	KONICA MINOLTA BUSINESS SOLUTIONS 01/878 82-0
KYOCERA MITA	FS-C5016N	600x600	16SW/16F	A4	96	608	✔	✔	✔	500	3x500	Durch die Ecosys-Technologie arbeiten die Ecosys-Drucker mit den geringen Druckkosten und erzielen eine geringeren Belastung der Umwelt.	2.628,-	Kyocera Mita GmbH Austria 01/863 38 - 0
KYOCERA MITA	FS-C8026N	600x600	A4: 26SW/26F	A4, A3	128	512	✔	✔		500	4150	Durch die Ecosys-Technologie arbeiten die Ecosys-Drucker mit den geringen Druckkosten und erzielen eine geringere Belastung der Umwelt.	6.600,-	Kyocera Mita GmbH Austria 01/863 38 - 0
LEXMARK	Lexmark C510	600x600 (2400 IQ)	30SW/8F	A4	64	320	✔		✔	250	780	PostScript Lev. 3, PCL, Standard, Direktdruck von pdf-Datein Standard, TIFF-Printing, WEB-Printing, Barcode, PrintCryption, kostenlose 1 Jahr Vorort Garantie, bis auf 4 Jahre verlängerbar	730,-	LEXMARK 01/797 32-0
LEXMARK	Lexmark C752Ln	1200x1200 (2400IQ)	19SW/19F	A4	128	512		✔	✔	600	1100	PostScript Lev. 3, PCL 6 Standard, Direktdruck von pdf-Datein Standard, TIFF-Printing, WEB-Printing, Barcode, Kostenlose 1 Jahr Vorort Garantie, bis auf 4 Jahre verlängerbar, Duplexdruck, MarkVision Netzwerkmanagement	890,-	LEXMARK 01/797 32-0
LEXMARK	Lexmark C912	2400	29SW/29F	A4, A3+	128	512	✔		✔	650	5300	Div. Modellvarianten, Duplexdruck, MarkVision Netzwerkmanagement; SIMMs für optionale Drucklösungen: TIFF-Printing, WEB-Printing, OptraForms, IPDS, Barcode; 1 Jahr Vorort-Garantie, kostengünstig bis auf 4 Jahre verlängerbar	4.860,-	LEXMARK 01/797 32-0
OKI	C 3100	1200x600	20SW/12F	A4	32	288	✔		✔	300+100		3 Jahre Vor-Ort-Service (Next Day) nach Online-Registrierung, automatische Farbanpassung über integriertes Farbdensitometer, Autoregistrierung, Tonersparmodus, "Ask OKI"-Funktionalität, Visitkarten- und Bannerdruck (bis 1,20 m Länge), Template Manager	666,-	OKI Systems (Deutschland) GmbH. 02236/677110
OKI	C 5400n	1200x600	24SW/16F	A4	64	320	✔	✔	✔	300-100	530	Automatische Farbanpassung über integriertes Farbdensitometer, Autoregistrierung, Tonersparmodus, "Ask OKI"-Funktionalität, diverse Hilfsprogramme/Utilities (z.B. Template Manager), Visitkarten- und Bannerdruck, opt. ScanCopier	1.270,-	OKI Systems (Deutschland) GmbH. 02236/677110
OKI	C 9300n V2	1200x600	A4: 37SW/30F	A4, A3	128	1024	✔	✔	✔	550+100	2850	3 Jahre Vor-Ort-Service (Next Day) nach Online-Registrierung, automat. Farbabgleich, automat. Medienerkennung, automat. Papierschachtauswahl, "Papierschacht leer"-Sensor, Tonersparmodus u.a., optional ScanCopier	5.159,-	OKI Systems (Deutschland) GmbH. 02236/677110
SAMSUNG	CLP-500	1200	20SW/5F	A4	64	192	✔	☆	✔	350	500	Duplexdruck, 48dB leise, 2 Jahre Bringin-Garantie, professionelle Color Matchingsoftware, einfache Handhabung	399,-	ELSAT International 01/866 44-0
SAMSUNG	CLP-500N	1200	20SW/5F	A4	64	192	✔	✔	✔	350	500	Duplexdruck, 48dB leise, 2 Jahre Bringin-Garantie, professionelle Color Matchingsoftware, einfache Handhabung	469,-	ELSAT International 01/866 44-0
TALLYGENICOM	T 8008	1200	30SW/8F	A4	64			✔	✔	250	500	359,- für Tonerset, der Drucker wird unentgeltlich für 12 Monate zur Verfügung gestellt. Für Details senden Sie ein Mail an: info@tallygenicom.at - Duplex optional	359,-	TallyGenicom Ges.m.b.H. 01/863 40-0
TALLYGENICOM	T 8024	1200	24SW/24F	A4	64	320	✔	✔	✔	500+100	500 oder 2x500	599,- für Tonerset, der Drucker wird unentgeltlich für 12 Monate zur Verfügung gestellt. Für Details senden Sie ein Mail an: info@tallygenicom.at	599,-	TallyGenicom Ges.m.b.H. 01/863 40-0
XEROX	Phaser 6100	1200	21SW/5F	A4	64		✔		✔	350	500	Duplexdruck Standard, Farbkalibrationstool, 1 Jahr Vor-Ort-Garantie, integr. Webserver	599,-	Xerox Austria GmbH 01/240 50-0
XEROX	Phaser 6250	2400	24SW/24F	A4	128	512	✔	☆	✔	600	1600	Optional: Duplex, Festplatte, integr. Webserver, Auftragsprotokollierung, Printingscout	ab 2.159,-	Xerox Austria GmbH 01/240 50-0
XEROX	Phaser 8400	2400	24SW/24F	A4	128	512	✔	☆	✔	600	1600	Festtinten-Druckverfahren (!), Duplexdruck und Festplatte optional, integr. Webserver, Auftragsprotokollierung, Printingscout u.a.	ab 1.199,-	Xerox Austria GmbH 01/240 50-0

Gewinnspiel: Bibliothek digital

Diesmal können Sie mit dem MONITOR ausgesuchte Bände aus der Digitalen Bibliothek von Directmedia Publishing gewinnen.

Die Digitale Bibliothek stellt das im deutschsprachigen Raum bisher größte Projekt dar, umfangreiche Grundlagentexte geisteswissenschaftlicher Disziplinen elektronisch zu erfassen. Im Oktober 1997 wurde auf der Frankfurter Buchmesse der erst Band „Deutsche Literatur von Lessing bis Kafka" präsentiert. Inzwischen sind über hundert „Bände" auf CD-ROM oder neuerdings auch auf DVD erschienen. Die Reihe setzt sich aus umfangreichen Textanthologien, Handbüchern und Bildsammlungen zu Themen und Teilgebieten der Literatur, der Kunst, der Geistes- und der Sozialwissenschaften zusammen.

Die Digitale Bibliothek versteht sich nicht als Konkurrenz zum gedruckten Buch. Im Gegenteil, sie will vielmehr die spezifischen, bislang kaum ausgeschöpften Möglichkeiten der elektronischen Erfassung und Verarbeitung von Texten und Abbildungen nutzen, um die Welt der Bücher neu zu erschließen. Durch eine speziell für diesen Zweck progammierte Software kann sie auch ihren markantesten Vorzug perfekt ausspielen: das schnelle und präzise Auffinden von Textstellen. Zugleich verwaltet diese Software auch alle Bände.

Wer je nach Begriffen, Zitaten und Motiven gesucht hat, weiß, wie nützlich eine ausgefeilte Volltextsuche ist. Die Editionen der Digitalen Bibliothek sollen das Studium von Texten erleichtern und damit auch befördern, darüber hinaus aber auch jeden, der Spaß und Interesse daran hat, zu Entdeckungsreisen durch die Welt des Gedachten und Geschriebenen anregen. Schließlich ist die Digitale Bibliothek auch ein umfassendes Register zu jeder vorhandenen Bibliothek - zu persönlichen Büchersammlungen ebenso wie zu öffentlichen Büchereien.

Mit MONITOR können Sie einen der vier folgenden Bände gewinnen:

- **Deutsche Literatur von Lessing bis Kafka, Studienbibliothek**, CD-ROM
- **10.000 Meisterwerke der Malerei von der Antike bis zum Beginn der Moderne**, DVD-ROM
- **Kindlers Malereilexikon, Künstlerlexikon, Sachlexikon, Bilddatenbank**, DVD-ROM
- **Deutschland in alten Ansichten - 10.000 Postkarten von Flensburg bis zum Bodensee**, DVD-ROM

Die Gewinnfrage: Welche Monitor Spezialausgabe erscheint traditionell im Herbst?

- a) Hardwareausgabe
- b) Kommunikationsausgabe
- c) Softwareausgabe

Beantworten Sie diese Frage und mit ein wenig Glück gewinnen Sie einen von den vier auf dieser Seite vorgestellten Bänden der Digitalen Bibliothek.
Einsendeschluss: 18.Oktober 2004, (Poststempel)
Mailadresse: office@monitor.co.at, Postadresse: Monitor,Leberstraße 122, 1110 Wien

(Das Gewinnspiel erfolgt unter Ausschluss des Rechtsweges; Mitarbeiter des Bohmann-Verlages sind von der Teilnahme ausgeschlossen.)

Die Gewinner

Die drei Bände der IT-Trilogie von Gerhard Versteegen - „Pressearbeit in der IT-Branche", „Produktvertrieb in der IT-Branche", „Marketing in der IT-Branche" - gehen an:
Jaisy Thenakara, Wincor Nixdorf GmbH, 1030 Wien
Uwe Ikinger, Haberfellner Internet & EDV, 2513 Möllersdorf
Mag. **Andreas Slama**, 1160 Wien
(Der Gewinn wird per Post zugesandt.)

Maschinen für jeden Geschmack

Honda bedient als Marktführer mit seinen Modellen die verschiedensten Motorrad-Vorlieben.

Die Honda Transalp wird seit über 15 Jahren angeboten und immer wieder weiter entwickelt. Zielgruppe dürften aber inzwischen ganz klar Frauen sein, denn ich fühlte mich mit 1,85m Körpergröße doch etwas beengt. Der V2-Motor mit 647 cm³ bietet gutes Drehmoment im unteren und mittleren Drehzahlbereich, springt leicht an und entfaltet seine Kraft sehr gleichmäßig und ohne spürbaren Lastwechsel. Die 53 PS (39 kW) sind für zügiges Fahren ausreichend, der Preis liegt bei 8.599,-. Der Kraftstoffverbrauch ist mit ca. fünf Litern erfreulich sparsam. Das Cockpit der Transalp ist gut bestückt: Tachometer, Drehzahlmesser, Tank- und Temperaturanzeige sowie eine digitale Uhr, die in das Zifferblatt des Drehzahlmessers eingelassen ist.

Die Honda XL 1000 V Varadero ist die große Schwester der Transalp und damit auch um etwa 50 kg schwerer. Das gleichen die 94 PS (69 kW) locker aus, der Preis von 12.499,- liegt dafür aber auch um fast 50% über der Transalp. Sie bietet auch größeren Fahrern eine aufrechte Sitzposition, die einstellbare Windschutzscheibe leitet den Fahrtwind gut ab. Der flüssigkeitsgekühlte 996-cm³-90°-V2-Motor bietet eine satte Leistung sowie ein enormes Anfahrdrehmoment. Dagegen sind die Lastwechsel doch deutlicher zu spüren als bei der Transalp. Der Kraftstoffverbrauch liegt im Schnitt immer noch bei etwa sieben Litern. Dank 25-Liter-Tank ist die Reichweite aber ausreichend. Ein optional erhältliches (ca. 900,-) und fein regelndes ABS-Bremssystem in Kombination mit dem serienmäßigen, speziell abgestimmten Dual-CBS (Dual Combined Brake System; beide Räder werden gleichzeitig gebremst) bietet eine optimale Bremskontrolle für Vorder- und Hinterrad bei unterschiedlichen Straßenzuständen.

Flexibel und vielseitig

Die Honda CBF600 ist für Wiedereinsteiger und Anfänger gedacht und bietet viel zu einem Preis von knapp unter 7.000,-. Das „Just Fit"-Konzept mit dreistufig einstellbarem Sitz ermöglicht etwa die individuelle Anpassung auf unterschiedlichste Körpergrößen von 1,60 m bis 1,90 m. Der im Gegensatz zur altbewährten Hornet sanfte Reihenvierzylindermotor mit 600cm³ Hubraum liefert mit 78 PS (57 kW) gerade im unteren und mittleren Drehzahlbereich einen spürbar kräftigen Antrieb. Ein Glanzpunkt im Bereich Sicherheit ist das optional erhältliche ABS-System (ca. 600,-), was es in dieser Preisklasse bisher noch nicht gab.

Die schon seit längerem bewährte Hornet 900 liegt mit 10.799 preislich deutlich höher als die CBF600, ist aber auch mit ihrem 109 PS (80 kW)-Viertakt-Vierzylinder stärker motorisiert. Mit ihren nur 194 kg ist sie unter den „Naked Bikes" damit sehr sportlich positioniert und schaffte es in 3,4 Sekunden auf 100 km/h. Auch das Stahlrechteckrohr-Fahrwerk wurde komplett auf wendiges Verhalten ausgelegt.

Rüdiger Maier

Top - Businessbücher

getAbstract, der weltweit größte Anbieter von Businessbuch-Zusammenfassungen, ermittelt monatlich für „Monitor" die besten Bücher zum Thema IT aus seinem Web-Shop (www.getabstract.com). Monitor-Leser können den Service 2 Wochen lang gratis testen unter www.monitor.co.at/getabstract

❶ Gemeinsam sind wir blöd!?

Fritz B. Simon
Führung ist Kommunikation. Diese Altherrenweisheit des Managements rollt Fritz Simon aus systemtheoretischer Sicht auf. Sein Fazit: "Blöde" Unternehmen, Organisationen, Teams verfügen über schlecht funktionierende Kommunikationsstrukturen, während in intelligenten Firmen die Kommunikation funktioniert. Carl-Auer-Systeme Verlag- 2004. 333 Seiten
ISBN: 3896704362 - € 34,90

❷ Wirtschaftsirrtümer

Henrik Müller
In wirtschaftspolitischen Debatten hantieren Interessenvertreter ganz bewusst mit Halbwahrheiten und Irrtümern. Henrik Müller nimmt sie auf und widerlegt sie gekonnt. Sein pragmatischer, unaufgeregter Stil wird dem Anspruch zur Versachlichung der Debatte gerecht. Eine Empfehlung für alle, die nicht jedem Politiker auf den Leim gehen wollen.
Eichborn - 2004 - 271 Seiten
ISBN: 382185572X - € 22,90

❸ Work-Life-Balance

Manfred Cassens, Rolf Dollase, Ingo Eikelmann
Die Anforderungen im Berufs- und Privatleben sind in den letzten Jahrzehnten gestiegen, es gilt. die Balance zu halten. Als disziplinübergreifende Annäherung an das Thema Work-Life-Balance ist das Buch ergiebig und empfehlenswert für Führungskräfte sowie leitende Angestellte in Berufen mit hohem Stresspegel.
Deutscher Taschenbuch Verlag - 2003 - 201 Seiten
ISBN: 3423508728 - € 19,90

❹ Die ewige Zielgruppe

Martin Schacht
Eine brillante Analyse der Generationenzukunft in unserer Gesellschaft. Teils reflexiv und fast philosophisch, oft aber auch provokativ und zynisch entlarvt Schacht das Märchen von der Zukunft der Jugend-Power. Mit überzeugenden Statistiken und einprägsamen Beispielen untermauert er seine These von der wachsenden Marktmacht der Älteren, der „Generation Plus".
Argon - 2004 - 220 Seiten
ISBN: 3870245913 - € 17,50

❺ Produktentwicklung mit virtuellen Communities

Cornelius Herstatt, Jan G. Sander
Weil Kunden im Netz ohne teuren Aufwand lokalisierbar und ansprechbar sind, ist der Gedanke nur allzu verlockend, sie als Innovationsmotoren zu nutzen. Vom Gedanken zur erfolgreichen Umsetzung ist es aber ein steiniger Weg: Regelmäßig beißt sich in den Beiträgen dieses Buches der Optimismus der These mit der tristen Realität der Ergebnisse.
Gabler - 2004 - 375 Seiten
ISBN: 3409124764 - € 38,90

Inserentenverzeichnis

BEKO 31
Business Circle 9
CSB 29
Epson 15
Exponet 55
Hewlett-Packard . . . . .CoverCorner
HostProfis 45
Indec 47
Internet Security 49
Konica-Minolta 57
KSI 51
Magirus 21
Maxdata 17
MicroStrategy 27
Neusiedler 4.U
OKI 59
Quadriga 13
PSIpenta 11
SER 23
SoftEngine 2.U
Sphinx-IT 7
Stadt Wien 36,37
TallyGenicom . . . . . .Coverfoto
Telekom Austria 43
Tenovis 35
Xerox 5

Vorschau auf November 2004

SPAM & Konsorten: Ohne Security-Tools geht überhaupt nichts mehr. MONITOR bringt in der Novemberausgabe Anregungen für aktuelle Sicherheitsstrategien.

MONITOR kommunal: IT-Lösungen für den öffentlichen Bereich

So erreichen Sie uns:

Abohotline: 01-74095-466
E-Mail: abo.zv@bohmann.co.at

Monitor im Internet:

http://www.monitor.co.at

Allgemeine E-Mail Adresse . . . . . office@monitor.co.at
Chefredakteur: DI Rüdiger Maier . . . . . maier@monitor.co.at
Redaktion: Mag. Dominik Troger . . . . . troger@monitor.co.at
Anzeigenleitung: Mag. Engelbert Haidinger . . . . . haidinger@monitor.co.at
Anzeigenverkauf: Martina Gaye . . . . . gaye@monitor.co.at
Anzeigenverkauf: Paul Nicholas Boulter . . . . . boulter@monitor.co.at
Anzeigenverwaltung: Hildegard Fatahtouii . . . . . fatahtouii@monitor.co.at
Technischer Leiter & Layout: Gerhard Hegedüs . . . . . hegedues@monitor.co.at

Impressum

Medieninhaber und Verleger: Bohmann Druck und Verlag Ges.mbH & Co KG, Leberstr. 122, A-1110 Wien, Telefon 01/74095-410, Telefax 01/74095-425, E-Mail: office@monitor.co.at, www.monitor.co.at - **Chefredakteur**: DI Rüdiger Maier (Mai) - **Redaktion:** Mag. Dominik Troger (dat) - **Autoren:** Thomas Elssenwenger, Conrad Gruber, Adolf Hochhaltinger, Patrick Keller, Andreas Roesler-Schmidt, Achim Scharf, Christine Wahlmüller - **Anzeigenleitung:** Mag. Engelbert Haidinger - **Technischer Leiter & Layout:** Gerhard Hegedüs - **Anzeigenverwaltung:** Hildegard Fatahtouii - **Aboverwaltung:** Bohmann Aboservice: Tel.:01-74095-466, e-mail: abo.zv@bohmann.at - **Druck:** Elbemühl-Tusch Druck GmbH & Co KG, Bickford Str. 21, 7201 Neudörfl. - **Verlags- und Herstellungsort:** Wien - **Erscheinungsweise:** 11 x im Jahr plus drei Sonderausgaben: „HARDWARE", „SOFTWARE", „KOMMUNIKATION" - **Einzelverkaufspreise:** € 3,60 - **Monitor-Jahresabo:** € 32,30 - **Auslandsabo:** zuzgl. Versandspesen € 25,60 - **Anzeigenpreise:** Es gilt die Anzeigenpreisliste laut Mediadaten 2004 - **Bankverbindung:** Bank Austria Creditanstalt AG - Blz.: 12000, Kto.: 653 092 700, Österr. PSK - Blz.: 60000, Kto.: 1732.755 - DVR: 0408689 - FBNR: 9642f/FB - **Gericht:** HG Wien - **ARA Liz.-Nr.:** 1214 - UID ATU10940909 Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen. Die veröffentlichten Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Vervielfältigung, Nachdruck oder Übersetzung sind ebenso wie die Speicherung in Datenverarbeitungsanlagen und das Anbieten über Online-Dienste nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages erlaubt. Mit „Promotion" gekennzeichnete Beiträge sind entgeltliche Einschaltungen.

ÖAK
Druckauflage 2. Quartal/2004: 14.500

PRESSE DOKUMENTATIONS NUTZUNG PARTNER

Color Copy®

ERLEBEN SIE
DEN COLOR COPY EFFEKT.

Wir verstehen unter dem Color Copy-Effekt Farbkopien und Farblaserdrucke von einzigartiger Originalität und Brillanz. Kopien, die mit freiem Auge nicht als solche zu erkennen sind und Ausdrucke, die atemberaubend echt wirken.

www.neusiedler.com
Member of Mondi Europe

NEUSIEDLER
PAPER INTELLIGENCE